

**PENGARUH PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN  
TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia  
Periode Tahun 2011-2012)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

*Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

*UIN Alauddin Makassar*

*Oleh:*

**MUFLIAH ARSYAD**  
**NIM: 10900109041**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN  
MAKASSAR  
2013**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN  
TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode  
Tahun 2011-2012)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

*Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

*UIN Alauddin Makassar*

**Oleh:**

**MUFLIAH ARSYAD**

**NIM: 10900109041**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN  
MAKASSAR  
2013**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiasi, atau dibuatkan oleh orang lain, sebagian dan seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Makassar,    September 2013  
Penyusun,

**MUFLIH AH ARSYAD**  
**NIM : 10900109041**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara **MUFLIAH ARSYAD**, Nim: **10900109041**, Mahasiswa Program Studi Strata Satu (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan Sosial dan Lingkungan terhadap Harga Saham Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2012)”**, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang munaqashah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan dan diproses selanjutnya.

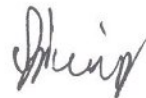
Makassar, Agustus 2013

Pembimbing I



**Dr. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Akt**  
NIP. 19730525 200801 1 017

Pembimbing II



**Drs. Syaharuddin, M.Si**  
NIP. 19600502 199102 1 001

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Pengaruh Pengungkapan Sosial dan Lingkungan terhadap Harga Saham Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2012)”, yang disusun oleh **Muflihah Arsyad**, NIM : 10900109041, mahasiswa Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Selasa Tanggal 10 September 2013 M, bertepatan dengan 5 Dzulqaida 1434 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Program Studi Akuntansi dengan beberapa perbaikan.

Makassar, 10 September 2013 M

05 Dzulqaida 1434 H

## DEWAN PENGUJI

(SK DEKAN No. 82 Tahun 2013)

Ketua	: Prof. DR. H. Ambo Asse., M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Jamaluddin. SE., M.Si	(.....)
Munaqisy I	: Dr. H. Muslimin., M. Ag	(.....)
Munaqisy II	: Mustakim Muchlis. SE., M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Wahyuddin Abdullah. SE., M.Si: Akt	(.....)
Pembimbing II	: Drs. Syaharuddin., M.Si	(.....)

Diketahui oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Alauddin Makassar

  
Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag  
NIP. 19581022 198703 1 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Assalamu' alaikum Wr. Wb.**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan hanya kepada Allah (Subhanahu Wata'ala) yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan serta ilmu pengetahuan yang Kau limpahkan. Atas perkenan-Mu jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam “Allahumma Sholli Ala Sayyidina Muhammad” juga penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul “**PENGARUH PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN LINGKUNGAN TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG LISTING DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2011-2012)**” penulis hadirkan sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Selama penyusunan skripsi ini, tidak dapat lepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak, oleh karena itu perkenankanlah penulis menghanturkan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ayahanda Drs.H.M.Arsyad Meru, M.Ag dan Ibunda Hj. Murlina yang telah melahirkan saya dan membimbing selama ini atas segala doa dan

pengorbanannya baik secara materi maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse., M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
3. Bapak Jamaluddin Majid, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, serta Bapak Wahyuddin Abdullah, S.E., M.Si., Akt, selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi.
4. Ibu Hj. Salmah Said, SE, M.Fin. Mgmt, M.Si, selaku Penasihat Akademik (Ak 1) yang selalu memberikan nasihat.
5. Bapak Dr. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Akt., sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran yang berguna selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Drs. Syaharuddin. M.Si, Selaku dosen pembimbing II yang juga telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran yang berguna selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
8. Terima kasih kepada Iswan yang senantiasa menjadi motivator, mengajarkan kesabaran bagi penulis serta meluangkan waktunya untuk membantu saya hingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Kakak tercinta Fithriyani Arsyad,S.Pd., Ahmad As'ad, SE dan Imran Hasanuddin yang selalu memberikan motivasi dan semangat akan terselesaikannya skripsi ini.
10. Sahabat dekatku Titien Ismoyosari, Nurlaila Hasmi, A. Nurul Hidayah, Nurkhadijah Yunianti, Kaya, Fitriani Kolona, Ade Octaviany, Nurul Istiqamah. Amriani, Anisa, Muh. Albar, Arie Amri, Andi Azwar, Amir Hamzah, Asis Ali Imran, Abdillah Bahar, Masnur, Syarif Syahrir, Syahrul, Anita, Siti Surgawati, Diny Setyorini, yang telah berkorban banyak baik materi maupun berupa moril sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
11. Teman-teman KKN Angkatan 48, Posko Massepe Kec.Tellulimpoe Kab. Sidrap, Iswan Haris, Aslamuddin, Hasnawati, Nur Annisa, dan Firata Sri Wahyuni terima kasih atas dukungan dan inspirasinya teman-teman.
12. Semua teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang turut memberikan bantuan dan pengertian secara tulus.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan skripsi ini.

**Wassalamu' alaikum Wr. Wb**

Makassar, September 2013

**MUFLIAH ARSYAD**  
**NIM. 10900109041**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
 <b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
 <b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Telaah Teori .....	8
B. Pengungkapan Sosial dan Lingkungan.....	16
C. Islamic Social Reporting .....	21
D. Penelitian Terdahulu.....	26
E. Hipotesis.....	28
F. Rerangka Penelitian .....	33
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
B. Jenis Penelitian .....	34
C. Populasi dan Sampel.....	34
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Metode Pengumpulan Data .....	36
F. Definisi Operasional Variabel.....	36
G. Metode Analisis Data.....	38

<b>BAB IV</b>	<b>:</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
		A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
		B. Perhitungan Variabel Dependen.....	66
		C. Perhitungan Variabel Independen .....	67
		D. Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	71
		E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	85
<b>BAB V</b>	<b>:</b>	<b>PENUTUP</b>	
		A. Kesimpulan.....	88
		B. Keterbatasan dan Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		.....	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN</b>		.....	<b>94</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 : Daftar Perusahaan Sampel .....	35
Tabel 4.1 : Hasil Perhitungan Harga Saham .....	72
Tabel 4.2 : Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema Produk .....	73
Tabel 4.3 : Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema Karyawan .....	74
Tabel 4.4 : Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema Masyarakat .....	75
Tabel 4.5 : Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema Lingkungan .....	76
Tabel 4.6 : Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema GCG .....	77
Tabel 4.7 : Statistik Deskriptif .....	78
Tabel 4.8 : Pengujian Normalitas .....	81
Tabel 4.9 : Pengujian Multikolinearitas dengan VIF .....	82
Tabel 4.10 : Pengujian Autokorelasi (Run Test) .....	83
Tabel 4.11 : Hasil Uji F .....	87
Tabel 4.12 : Hasil Uji Parsial.....	88
Tabel 4.13 : Hasil Koefisien Determinasi .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Rerangka Pikir .....	33
Gambar 4.1 : <i>Normal P-P Plot</i> .....	80
Gambar 4.2 : <i>Scatterplot</i> .....	84

## ABSTRAK

Nama : Muflihah Arsyad  
NIM : 10900109041  
Judul : Pengaruh Pengungkapan Sosial dan Lingkungan terhadap Harga Saham Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2012)

---

Laba memiliki *value relevance* yang diketahui dapat mempengaruhi reaksi investor yang tergambar dalam harga saham. Namun, sejalan dengan perubahan kondisi ekonomi yang memberikan dampak kepada dunia bisnis, perusahaan dihadapkan pada kondisi di mana perusahaan diharapkan lebih transparan dalam mengungkapkan informasi-informasi perusahaannya, salah satunya adalah informasi tentang tanggung jawab sosial.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab terhadap keseluruhan hubungan perusahaan dengan stakeholdernya meliputi konsumen, karyawan, masyarakat, investor, pemerintah, dan pemasok. Adanya pemahaman mengenai tanggung jawab sosial saat ini memberikan pedoman bahwa perusahaan bukan lagi sebuah entitas yang hanya mementingkan diri sendiri tetapi entitas yang harus melakukan penyesuaian terhadap budaya dengan lingkungan sosialnya.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan sosial dan lingkungan terhadap harga saham pada perusahaan yang *listing* di BEI. Informasi dan data dalam penelitian ini meliputi data sekunder. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan melalui Pusat Informasi Pasar Modal (PIPM) perwakilan Makassar atau *website* resmi perusahaan dan *website* resmi IDX.

Hasil pengujian membuktikan bahwa pengungkapan mengenai GCG memiliki pengaruh terhadap harga saham. Namun gagal membuktikan pengaruh pengungkapan produk, masyarakat, karyawan, lingkungan terhadap harga saham. Hasil penelitian ini bisa memberikan informasi atau memberikan sinyal kepada masyarakat dan pihak luar atau investor luar untuk memilih perusahaan yang berkualitas dengan salah satu cara yaitu melihat pengungkapan sosial dan lingkungannya serta harga sahamnya.

*Kata Kunci : Pengungkapan sosial dan lingkungan, Harga saham.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang masalah

Pertumbuhan dan persaingan dunia bisnis dewasa ini mengharuskan perusahaan untuk memandang jauh ke depan guna mengantisipasi berbagai kemungkinan yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaannya. Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang akan dicapai, baik berupa laba yang maksimal, kelangsungan hidup, pertumbuhan perusahaan maupun menciptakan kesejahteraan anggota masyarakat.

Penelitian Biddle dan Seow (1991) dalam Widiastuti (2002) menunjukkan bahwa laba memiliki kandungan Informasi (*Information Content*) yang tercermin dalam harga saham.<sup>1</sup> Dalam penelitian tersebut membuktikan bahwa laba memiliki *Value Relevance*<sup>2</sup> yang diketahui dapat mempengaruhi reaksi investor yang tergambar dalam harga saham. Namun, sejalan dengan perubahan kondisi ekonomi yang memberikan dampak kepada dunia bisnis, perusahaan dihadapkan pada kondisi di mana perusahaan diharapkan lebih dapat transparan dalam mengungkapkan informasi-informasi perusahaannya. Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Naila Nuur Hidayati dan Sri Murni, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile* (Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Vol. 11, No. 1, April 2009)

<sup>2</sup> Value Relevance dalam informasi laba adalah kemampuan laba untuk mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan investasi / reaksi investor terhadap pengumuman laba.

<sup>3</sup> Emilia Nurdin dan M. Fani Cahyandito, *Pengungkapan Tema-tema Sosial dan Lingkungan dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor*, 2006

Tanggung jawab social perusahaan merupakan tanggung jawab terhadap keseluruhan hubungan perusahaan dengan stakeholdernya. Hubungan tersebut meliputi konsumen, karyawan, masyarakat, pemilik/investor, pemerintah, dan pemasok. Adanya pemahaman mengenai tanggung jawab social saat ini memberikan pedoman bahwa perusahaan bukan lagi sebuah entitas yang hanya mementingkan diri sendiri tetapi sebuah entitas yang harus melakukan penyesuaian terhadap budaya dengan lingkungan sosialnya. Hal ini pulalah yang diperingatkan oleh Allah dalam alqur'an:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ  
يَرْجِعُونَ

Terjemahnya:

Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (kejalan yang benar).<sup>4</sup>

Di Indonesia, tanggung jawab social perusahaan merupakan isu yang populer beberapa tahun belakangan ini. Reputasi perusahaan atas aktivitas-aktivitas social dan lingkungan hidup perusahaan harus dijaga. Di samping itu Tanggung jawab social perusahaan juga merupakan konsep strategi yang paling banyak diterapkan di Indonesia dibandingkan konsep manajerial lainnya sebab beberapa peneliti berpendapat bahwa pengungkapan tanggung jawab social perusahaan dapat memberikan nama baik yang nantinya akan mempengaruhi penjualan dan menarik minat para investor.

---

<sup>4</sup> Departemen Agama R.I., *Al Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1977), h.647

Adanya tuntutan masyarakat dan pemerintah sangat berperan dalam mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Terbukti dengan dikeluarkannya peraturan dan undang-undang yang mengatur perusahaan dengan lingkungan sosialnya, seperti Undang-undang No. 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup, PP No. 27/1999 yang mengharuskan adanya Analisis Mengenai Dampak Lingkungan dari suatu proyek serta UU PT No. 40 UU Tahun 2007 yang di dalamnya disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1).

Aturan mengenai tanggung jawab social dan lingkungan perusahaan kemudian disempurnakan dengan diterbitkannya PP 47 Tahun 2012 yang di dalamnya mengatur mengenai tanggung jawab social dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat. Kegiatan dalam memenuhi kewajiban tanggung jawab social dan lingkungan tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Relevansi pengungkapan sosial dan lingkungan terhadap harga saham sampai saat ini masih menjadi bahan perdebatan. Terdapat banyak penelitian yang menyimpulkan bahwa pengungkapan social dan lingkungan berpengaruh positif terhadap harga saham. Namun banyak pula yang menemukan bahwa hal tersebut justru berpengaruh negatif.



Penelitian Zuhroh dan Sukmawati<sup>5</sup> tentang pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor menunjukkan hasil bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile*. Sejalan dengan penelitian Murniningsih<sup>6</sup> yang menguji kembali pengaruh praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap reaksi investor yang terermin dalam volume perdagangan saham menunjukkan hasil yang signifikan.

Berbeda dengan hasil penelitian oleh Cellier dan Pierre<sup>7</sup> yang menyatakan bahwa pengungkapan sosial dan lingkungan hanya menambah biaya yang akhirnya akan mempengaruhi laba bersih perusahaan. Jika laba perusahaan menurun, maka minat investor untuk berinvestasi juga akan menurun. Lutfi (2001)<sup>8</sup> tidak menemukan pengaruh yang signifikan dari praktek pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan terhadap perubahan harga saham. Konsisten dengan Indah (2001) dan Rasmiati (2002)<sup>9</sup> juga tidak menemukan hubungan yang signifikan antara pengungkapan sosial dengan volume perdagangan saham seputar publikasi laporan tahunan.

---

<sup>5</sup> Diana Zuhroh dan I Putu Pande Heri Sukmawati. *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor*. (Simposium Nasional Akuntansi VI Surabaya, Oktober 2003).

<sup>6</sup> Rochiyati Murniningsih. *Reaksi Investor dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Jakarta*. 2007

<sup>7</sup> Cellier, Alexis dan Pierre Chollet. *The Impact Of Corporate Social Responsibility On Stock Prices: An Event Study Of Vigeo Rating Announcement*. Universite Paris-Est.(2010):h.1-16

<sup>8</sup> Diana Zuhroh dan I Putu Pande Heri Sukmawati. *Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor*. (Simposium Nasional Akuntansi VI Surabaya, Oktober 2003).

<sup>9</sup> *Ibid*

Peneliti yang menemukan bahwa tidak terdapat korelasi antara harga saham dengan pelaksanaan CSR menyandarkan pendapatnya pada teori akuntansi positif. Mereka berpendapat bahwa pelaksanaan CSR hanya akan menambah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Meningkatnya biaya pada akhirnya akan mereduksi laba bersih perusahaan yang kontradiktif dengan teori akuntansi positif yang bermuara pada maksimalisasi laba. Jika investor memandang bahwa laba perusahaan menurun, maka hasrat untuk berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan juga akan menurun.

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial yang indikatornya spesifik pada prinsip-prinsip etis Islam. Dalam penelitian ini, penilaian tingkat pengungkapan ISR dilakukan pada perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). BEI merupakan salah satu tempat transaksi perdagangan saham dari berbagai jenis perusahaan yang ada di Indonesia. Ada beberapa jenis perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu perusahaan pertanian, pertambangan, industri dasar dan kimia, aneka industri, industri barang konsumsi, property, infrastruktur, keuangan, dan perdagangan jasa investasi.

## **B. Perumusan masalah**

Maraknya tuntutan dari masyarakat dan pemerintah kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta perbedaan pendapat mengenai pengaruh pengungkapan sosial dan lingkungan terhadap reaksi investor, maka rumusan masalah yang muncul di dalam penelitian ini

adalah Apakah pengungkapan sosial dan lingkungan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adanya pendapat beragam yang timbul mengenai pengaruh pengungkapan sosial dan lingkungan, maka penelitian ini penting dilakukan dengan tujuan Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh pengungkapan sosial dan lingkungan terhadap harga saham perusahaan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan setelah penelitian ini dilakukan, maka akan memberikan manfaat :

#### **a. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini berpotensi merekonstruksi Political Economy Theory yang menjadi landasan lahirnya teori-teori tentang pengungkapan sosial dan lingkungan lainnya seperti positive accounting theory, legitimacy theory, stakeholder theory.

#### **b. Manfaat Praktis**

Sebagai dasar pengambilan keputusan dalam penerapan dan pengalokasian anggaran untuk pengungkapan sosial dan lingkungan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat pula menjadi bahan prediktor harga bagi analis saham atau pialang saham.

#### **c. Manfaat Regulasi**

Penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi referensi bagi pemerintah/ *Standard Setter* (IAI) dan BAPEPAM-LK untuk merumuskan kebijakan terkait dengan pengungkapan sosial dan lingkungan. Mengingat banyak wacana yang

mencoba untuk menjadikan pengungkapan sosial dan lingkungan sebagai sesuatu yang sifatnya wajib bagi perusahaan yang bergerak di industri manapun (pada saat bagian ini ditulis, pengungkapan sosial dan lingkungan hanya diwajibkan bagi perseroan yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam).

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORETIS**

#### **A. Telaah Teori**

Perusahaan memiliki berbagai motivasi untuk melakukan pengungkapan sosial dan lingkungannya. Gray, Kouhy, dan Lavers (1995)<sup>10</sup> mengelompokkan teori-teori yang digunakan untuk menjelaskan praktik pengungkapan sosial dan lingkungan ke dalam *Decision-usefulness theory*, *economic-based theory (positive accounting theory)*, *political economy theory*, *legitimacy theory* dan *stakeholder theory*.

##### **1. Political economy theory**

*Political Economy Theory* (PET) memiliki sudut pandang yang tidak terfokus pada maksimisasi kemakmuran dan kepentingan pribadi individu melainkan lebih mempertimbangkan kerangka politik, sosial dan institusional dimana kegiatan ekonomi dilaksanakan. PET mengakui praktik pengakuan sosial lingkungan dalam laporan tahunan sebagai alat strategis untuk mencapai tujuan perusahaan dan mempengaruhi sikap stakeholder.

Aspek ekonomi politik dari akuntansi telah lama menjadi suatu diskursus tersendiri dalam dunia akuntansi. Mengacu pada pernyataan Suwardjono, akuntansi tercipta dari dialektika pada suatu wilayah negara dengan tujuan untuk mencapai suatu tujuan sosial tertentu.<sup>11</sup> Sayangnya, Suwardjono sendiri tidak menyebutkan tujuan sosial yang dimaksud tersebut. Meski begitu, mengacu pada

---

<sup>10</sup>Anis Chairi, *Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan* (Jurnal Maksi Vol. 8, No. 2, 2008).

<sup>11</sup>Suwardjono, 2010. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. BPFE : Yogyakarta.

argumentasi Tinker (1980) dalam Sokarina, paradigma ekonomi bisa berpengaruh banyak terhadap konstruksi teori akuntansi. Berangkat dari pemahaman inilah perlu bagi seorang akuntan untuk memahami paradigma ekonomi politik yang menderivasi teori akuntansi.<sup>12</sup>

Political Economy Theory (PET) atau Teori Ekonomi Politik merupakan anak turun dari ilmu ekonomi. Jika ilmu ekonomi merupakan disiplin ilmu yang mempelajari ekonomi, maka ekonomi politik justru mempelajari tentang dampak keputusan-keputusan ekonomi terhadap setting sosial politik kehidupan manusia dan sebaliknya. Lebih konkretnya, Jackson (1982) dalam Gray et al. menyebutkan bahwa:<sup>13</sup>

*“Political economy is the study of the interplay of power, the goals of power wielders and the productive exchange system (Zald, 1970, p. 233). As a framework, political economy does not concentrate exclusively on market exchanges. Rather it first of all analyses exchanges in whatever institutional framework they occur and, second, analyses the relationships between social institutions such as government, law and property rights, each fortified by power and the economy, i.e. the system of producing and exchanging goods and services (p. 74).*

Dalam perspektif Gray et al., merupakan suatu keniscayaan untuk mengelompokkan ekonomi politik kedalam dua sudut pandang, yaitu sudut pandang klasik dan sudut pandang borjuis. Sudut pandang klasik, yang dipelopori oleh Karl Marx, meletakkan perhatiannya pada kepentingan kelompok, kekuasaan, ketimpangan, konflik yang terjadi dalam masyarakat serta peran

---

<sup>12</sup>Sokarina, ayudia. 2011. Menggagas Dimensi Kinerja Perusahaan Berdasarkan Perspektif *Political Economy Of Accounting* (PEA).SNA 14. Hal. 1-32

<sup>13</sup>Gray, Rob. dkk. *Emerald Article: Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure*. Accounting, Auditing and Accountability Journal.h.47-77

negara dalam masyarakat. Pada perkembangan selanjutnya, perspektif ini cenderung kurang populer dibandingkan dengan perspektif borjuis.

Ekonomi politik borjuis, yang lebih populer karena menjadi dasar teori CSR seperti *positive accounting theory*, *Legitimacy Theory* dan bahkan *Stakeholder Theory*, memfokuskan objeknya pada interaksi kelompok dalam masyarakat (*stakeholder*) dengan asumsi bahwa tiap lapisan masyarakat mempunyai power yang berbeda dalam pengambilan keputusan perusahaan.<sup>14</sup> Pendekatan ini menolak struktur masyarakat yang tidak adil, kepentingan kelompok tertentu, konflik dan peran pemerintah dan meyakini bahwa masyarakat secara esensial bersifat plural. Keyakinan mazhab borjuis bahwa masyarakat secara esensial bersifat plural, baik secara langsung maupun tidak, memberikan kontribusi yang tidak sedikit terhadap komposisi masyarakat dari sudut pandang kesejahteraan. Dalam frasa yang lain, ini bisa berarti bahwa kemiskinan merupakan sesuatu yang kodrati.

Ditengah kenafian ekonomi borjuis yang menganggap kemiskinan sebagai hal kodrati, Tinker (1980) dalam Sokarina justru menemukan bahwa teori akuntansi yang ada saat ini sangat dipengaruhi oleh ekonomi borjuis atau marjinalis. Dalam dogma ekonomi borjuis, misalnya, dikenal dua macam faktor produksi yaitu labour dan capital. Oleh dogma ekonomi keduanya kemudian distereotipkan sebagai *thing*. Padahal secara nyata, labour bukan merupakan *thing*

---

<sup>14</sup>Deegan, Craig. Christopher Blomquist. T.Th. Stakeholder Influence on Corporate Reporting : An Exploration of the Interaction Between the World Wide Fund for Nature and the Australian Minerals Industry. *Faculty of Commerce, University of Southern Queensland*.

melainkan aktivitas. Stereotifikasi labour sebagai thing kemudian diserap oleh teori akuntansi dengan membangun suatu kerangka akuntansi yang mempersepsikan organisasi modern sebagai suatu mesin yang besar dimana semua elemen didalamnya, termasuk pekerja, adalah onderdil yang saling bekerja secara efektif dan efisien tanpa memerhatikan dimensi kemanusiaan.

Masih dalam kerangka ekonomi borjuis, sumber daya juga distereotipkan sebagai sebagai sesuatu yang terbatas. Secara sadar atau tidak, mengamini doktrin ini berarti telah menginstal suatu stigma di alam bawah sadar kita semacam suatu kecemasan (*paranoia*) bahwa pada suatu periode tertentu manusia akan kehabisan sumber daya.

Sebagai konsekuensi dianutnya paham ini, setiap individu akan berusaha untuk mendapatkan jumlah maksimal yang bisa didapatkan dari sumber daya yang terbatas tersebut untuk mengantisipasi datangnya periode dimana sumber daya tersebut habis. Akhirnya, persaingan untuk memonopoli sumber daya tidak dapat dihindarkan. Stigma persaingan yang tidak memungkinkan *win-win solution* berujung kepada reduksi nilai kemanusiaan.<sup>15</sup>

Disamping mereduksi nilai kemanusiaan, iklim persaingan juga tidak memungkinkan semua pihak yang terlibat didalamnya tampil sebagai pihak yang menang, sebagian akan tampil sebagai pihak yang kalah. Sang pemenang (baca : pemilik modal), karena doktrin yang “sesat” tentang kelangkaan, akan terus

---

<sup>15</sup> Triyuwono, Iwan. 2006. *Akuntansi Syariah Perspektif Metodologi dan Teori*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.



berusaha untuk kian memperkuat posisinya dalam maksimalisasi sumber daya. Dalam teori akuntansi, stigma kelangkaan bermanifestasi sempurna dengan dijadikannya laba sebagai alat penilaian kinerja manajemen. Tidak cukup sampai disitu, dijadikannya laba sebagai alat ukur kinerja manajemen melahirkan *paranoia* (kecemasan berlebihan) pada diri principal yang berujung pada legitimasi terhadap beberapa konsep dasar seperti konsep kontinuitas usaha, konsep upaya dan hasil, dan konsep *Substance Over Form*.

Pada akhirnya, seharusnya kita mampu menyimpulkan bahwa tidak mungkin konsep CSR bisa menciptakan kondisi sosial ekonomi yang adil sementara ia sendiri dibangun dari teori ekonomi politik borjuis yang cenderung destruktif terhadap lingkungan.

## **2. Political Economy of Accounting (PEA)**

Mengingat bahwa teori akuntansi sosial akan kontradiktif jika dibangun atas dasar teori ekonomi politik borjuis, Tinker (1980) dalam Sokarinakemudian mencoba membangun Political Economy of Accounting (PEA) dengan berpijak pada pemikiran ekonomi politik klasik.

Meskipun PEA secara konseptual dikonstruksi dari perspektif pemikiran ekonomi politik klasik, PEA tidak lantas serta merta dapat menjalankan fungsinya sebagai pembangun (Constructive) dan pembebas (Emancipatory) dari masalah publik. Asumsi dasar PEA untuk meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat luas dengan membangun kultur yang kondusif untuk meningkatkan pendapatan suatu perusahaan tidak terbukti secara empiris. Hal ini tercermin dari penelitian shoul terkait PEA di rumah sakit inggris. Dalam penelitian ini, shoul mengkaji

metode keuangan dibawah kebijakan privatisasi dan menemukan bahwa konsepnya sangat jauh dari netralitas dan terdapat motif rasionalitas untuk transfer sumber daya publik kepada elit keuangan.

Dalam contoh yang lain, Penelitian Uddin dan Hopper juga menguji kasus privatisasi pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini memperbandingkan klaim oleh Bank Dunia dan IMF mengenai perbaikan berbagai fasilitas, perbaikan pengawasan dalam perusahaan, dan peraturan bagi perilaku pasar keuangan atas laporan akuntansi eksternal dengan kinerja perusahaan di Banglades pasca privatisasi. Hasilnya menunjukkan bahwa privatisasi tidak meningkatkan pendapatan bagi masyarakat. Justru kontribusi perusahaan-perusahaan privatisasi pada Negara menunjukkan kecenderungan yang semakin menurun.<sup>16</sup>

Salah satu faktor yang menyebabkan Kegagalan PEA menjalankan tugasnya sebagai pembangun dan pembebas dari masalah publik adalah karena secara substansial teori PEA tidak benar-benar terbebas dari doktrin ekonomi politik borjuis karena tinker sebagai penggagasnya hanya membedakannya dari pemaknaan laba dan modal. Mekis begitu, setidaknya kegagalan tersebut mempunyai dua implikasi bagi dunia akuntansi. Kegagalan tersebut disamping merupakan refleksi hegemoni korporasi atas kehidupan manusia juga merupakan inspirator bagi dunia akuntan untuk membangun suatu konsepsi akuntansi berdimensi sosial yang lebih komprehensif.

---

<sup>16</sup> Uddin, S dan Hopper, T. 2003. Accounting For Privatisation In Bangladesh: Testing World Bank Claims, *Critical Perspectives on Accounting*. Vol 14.h. 739-774.

### **3. Economic-Based Theory (Positive Accounting Theory)**

Teori ini menganut paham yang mengutamakan maksimisasi kemakmuran (*wealth-maximisation*) dan kepentingan pribadi individu (*individual self-interest*). Beberapa ahli berpendapat bahwa jika perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi lingkungan yang bernuansa positif, maka tindakan ini dapat mengurangi risiko berkurangnya kemakmuran yang mungkin dihadapi perusahaan di masa mendatang.

### **4. Legitimacy theory**

Beberapa ahli berpendapat karena legitimasi merupakan hal yang penting bagi organisasi, maka batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Berbeda dengan *stakeholder theory* yang berpendapat bahwa perusahaan bertindak sesuai keinginan stakeholder, *legitimacy theory* lebih berfokus pada interaksi perusahaan dengan masyarakat.

*Legitimacy Theory* berasumsi bahwa perusahaan dalam mencapai tujuan ekonominya akan sangat rentan berhadapan dengan norma, nilai, dan ketentuan masyarakat disekitar perusahaan. Berhadapan dengan norma, nilai, dan ketentuan yang ada dimasyarakat akan meningkatkan visibilitas politik perusahaan. Untuk menetralsir efek dari visibilitas politik tersebut, maka manajemen dapat melakukan program CSR untuk mengubah persepsi publik terhadap perusahaan.

Dalam beberapa dimensi, Penggunaan *legitimacy theory* sebagai dasar untuk mengkaji praktik CSR dapat memberikan jawaban terhadap fenomena yang

ada. Sebut saja Belkaoui (1989) dalam Anggraini (2006) yang menemukan bahwa pengungkapan sosial berhubungan positif dengan visibilitas politik perusahaan dan berhubungan negatif dengan tingkat *financial leverage*.<sup>17</sup> Meski begitu, penggunaan teori ini banyak menuai kritik. Menurut pengkritik tersebut, Penggunaan *legitimacy theory* sebagai alat analisis akan menunjukkan bahwa CSR sebenarnya dijalankan untuk kepentingan perusahaan saja dan bukan sebagai refleksi manajemen dan *sense of socialnya*.<sup>18</sup>

## 5. Stakeholder theory

*Stakeholder Theory* memandang bahwa keberadaan perusahaan bukan semata-mata untuk melayani kepentingan pemegang saham melainkan juga bertujuan untuk melayani kepentingan pihak-pihak lainnya (*Stakeholders*) termasuk masyarakat didalamnya. Dari sudut pandang manajemen, fokus dari *Stakeholder Theory* adalah bagaimana mendapatkan restu dari kelompok yang dukungannya dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Beberapa waktu terakhir, *Stakeholder Theory* dapat dikatakan teori yang paling populer dalam studi mengenai pengungkapan CSR. Hal tersebut setidaknya disebabkan oleh dua faktor. Pertama, ketiga teori pengungkapan CSR yang lain dapat dikatakan tidak selaras dengan harapan masyarakat yang menjadi target dari pengaplikasian CSR. Teori-teori seperti teori dramaturgi, teori legitimasi, dan teori

---

<sup>17</sup> Anggarini, *op cit* hal. 5

<sup>18</sup> Dewi, I Gusti Ayu Agung Omika dan Gugus Irianto. 2011. Dialektika dan Refleksi Kritis Realitas “Sustainability” Dalam Praktik Sustainability Reporting: Sebuah Narasi Habermas. *SNA XIV*.

komunikasi aksi habermas memiliki satu perbedaan yang khas dengan teori *Stakeholder* yaitu terkait dengan motif utama pengungkapan CSR. Teori pengungkapan CSR selain *Stakeholder Theory* terkesan sangat oportunistik karena hanya dilakukan untuk mendapat simpati masyarakat. Sedangkan pada *Stakeholder Theory* simpati masyarakat adalah tujuan komplementer setelah tujuan melayani terpenuhi.

## **B. Pengungkapan Sosial dan Lingkungan**

Pemanasan global menjadi tema perbincangan yang menjadi menarik perhatian di seluruh dunia. Aktivitas produksi perusahaan memberikan peran yang besar terhadap perubahan iklim, misalnya gas buangan dari pabrik yang menyebabkan semakin menipisnya lapisan ozon. Karena adanya permasalahan tersebut muncullah konsep tanggung jawab sosial yang beroperasi untuk memberikan manfaat bagi seluruh anggota dan kelompok dalam masyarakat.<sup>19</sup>

Pada dasarnya konsep CSR berawal dari adanya ketimpangan sosial yang terjadi dimasyarakat. Sejak abad ke 15, perusahaan telah menghadapi tekanan dari dua pihak, yaitu tekanan untuk menghasilkan laba sebesar-besarnya dari perspektif pemilik dan tuntutan untuk memenuhi fungsi sosial dari perspektif masyarakat. Sedangkan perkembangan CSR secara konseptual baru mulai dikemas sejak 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh lima variabel; (1) Maraknya fenomena *take over* antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa keuangan. (2) Runtuhnya tembok berlin yang merupakan simbol tumbangnya paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya

---

<sup>19</sup> Dian Anita Nuswantara, *Akuntansi Lingkungan : Antara Mandatory dan Voluntary* Edisi: Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2008.

operasi perusahaan multinasional, termasuk Indonesia, yang dituntut agar memperhatikan HAM, kondisi sosial dan perlakuan adil terhadap buruh, persis sama dengan yang terjadi pada waktu revolusi industri dua abad yang lalu. (4) Globalisasi dan menciutnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya Lembaga Swadaya Masyarakat yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekhawatiran akan punahnya berbagai spesies hewan dan tumbuhan langka. (5) Adanya kesadaran dari sektor korporasi akan arti penting merek dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan. Semakin signifikan merek bagi suatu perusahaan, dengan menggunakan CSR, akan semakin kokoh pertahanan terhadap serangan atas reputasi perusahaan.

Perusahaan didirikan dengan maksud untuk mencapai tujuan atau cita-cita tertentu untuk semua pemegang kepentingan. Di dalam upaya mencapai tujuan tersebut, perusahaan tidak terlepas dengan interaksinya dengan lingkungan sebab lingkungan memberikan andil dan kontribusi bagi perusahaan. Seiring semakin meningkatnya persaingan, terjadi pergeseran paradigma dalam internal perusahaan. Mereka menyadari bahwa kepentingan untuk menghasilkan laba sangat dipengaruhi oleh reputasi perusahaan di mata konsumen atau masyarakat awam. Maka mereka pun mulai mengaplikasikan corporate social responsibility sebuah “jalur diplomasi” untuk mencapai reputasi yang baik di mata masyarakat.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan yang meliputi tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan, karyawan, masyarakat

sekitar perusahaan dan lain sebagainya. Sementara itu, Business for Social Responsibility (BSR) mendefinisikan CSR sebagai seperangkat kebijakan, praktik, dan program yang terintegrasi dengan operasi bisnis, rantai pasokan, proses pembuatan keputusan dalam perusahaan, dimanapun perusahaan menjalankan bisnis, dan termasuk tanggung jawab terhadap dampak aktivitas bisnis di masa lalu, sekarang, dan masa depan.<sup>20</sup>

Terminologi lain yang sering digunakan adalah akuntansi lingkungan, yaitu istilah yang berupaya mengelompokkan pembiayaan yang dilakukan perusahaan dan pemerintah dalam melakukan konservasi lingkungan ke dalam pos lingkungan dan praktik bisnis perusahaan.<sup>21</sup> Adapun fungsi diterapkannya akuntansi lingkungan bagi perusahaan yaitu ; (1) Meminimalisir permasalahan lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. (2) Meningkatkan efisiensi pengelolaan lingkungan.

Pada saat sekarang ini, telah muncul paradigma baru dalam pengelolaan entitas dan perusahaan yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line Accounting* (TBLA) yang diwujudkan dalam tiga pilar yaitu orang, laba, dan lingkungan perusahaan. Lebih lanjut TBLA diimplementasikan melalui CSR yang memiliki tiga domain yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Aktivitas yang dilakukan dikembangkan untuk mencapai citra yang baik di mata para pemangku kepentingan perusahaan.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Dwi Hartanti, *et al.*, *Perceptions on Corporate Social and Environmental Reporting : a Study in Capturing Public Confidence*, 2006.

<sup>21</sup> I Wayan Suartana, *Akuntansi Lingkungan dan Triple Bottom Line Accounting : Paradigma Baru Akuntansi Bernilai Tambah* (Jurnal Bumi Lestari, Volume 10 No. 1), 2010.

<sup>22</sup> *Ibid*

Hendriksen<sup>23</sup> menyatakan bahwa dalam pengertian luasnya, pengungkapan berarti penyampaian informasi dan dalam arti sempitnya, menyangkut hal-hal seperti pembahasan dan analisis manajemen, catatan kaki dan laporan pelengkap. Pengungkapan sosial dan lingkungan merupakan pengungkapan suatu organisasi secara sukarela untuk memberikan informasi aktivitasnya.

Sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para stakeholder, perusahaan seringkali terlibat dalam kegiatan-kegiatan CSR. Para stakeholder dapat memberikan apresiasi yang lebih bagi perusahaan-perusahaan yang terlibat CSR. Perusahaan dapat pula meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya sebab pengungkapan aktivitas yang berkaitan dengan CSR dapat memberikan signal positif kepada stakeholder.

Manajer memiliki berbagai motivasi dalam mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Menurut Deegan<sup>24</sup>, alasan dilakukannya pengungkapan antara lain ; (1) Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang. (2) Pertimbangan rasionalitas ekonomi. (3) Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. (4) Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman. (5) Untuk mematuhi harapan masyarakat. (5) Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan. (6) Untuk manage kelompok stakeholder tertentu yang *powerfull*. (7) Untuk menarik dana investasi. (8) Untuk mematuhi persyaratan industri atau *code of conduct* tertentu. (9) Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu.

---

<sup>23</sup>Emilia Nurdin dan M. Fani Cahyandito, *Pengungkapan Tema-tema Sosial dan Lingkungan dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor*. 2006

<sup>24</sup>Anis Chairi, *Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan* (Jurnal Maksi Vol. 8, No. 2, 2008).



Adanya tuntutan masyarakat dan pemerintah juga sangat berperan dalam mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Melalui Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pemerintah memasukkan pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Selain itu ada pula regulasi yang mengatur tentang lingkungan yaitu Undang-undang No. 23 tahun 1997 mengenai pengelolaan lingkungan hidup beserta peraturan pelaksanaannya, kinerja pengelolaan lingkungan wajib diungkapkan dan disampaikan oleh setiap orang / penanggung jawab kegiatan.

Aturan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan kemudian disempurnakan dengan diterbitkannya PP 47 Tahun 2012 yang di dalamnya mengatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat. Kegiatan dalam memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban.

Alasan yang mendasari pemerintah mengambil kebijakan pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah pertama, keprihatinan pemerintah terhadap aktivitas perusahaan yang mengabaikan aspek sosial yang akibatnya pihak masyarakat dirugikan. Kedua, sebagai wujud upaya entitas pemerintah dalam penentuan standar aktivitas sosial lingkungan yang sesuai dengan konteks nasional maupun lokal.

### C. Islamic Social Reporting

Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di muka bumi. Landasan dasar dari agama Islam adalah *aqidah* (belief and faith), *ibadah* (worship), dan *akhlak* (morality and ethics). Selain itu, ada prinsip lain yang sangat mendasar bagi setiap Muslim yakni *tauhid* (mengesakan Allah Subhanallahu wa Ta'ala) dalam beribadah dan tidak menyekutukannya yang sesuai dengan firman Allah Subhanaahu wa Ta'ala dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 64 mengenai orang yang berhak menyandang gelar seorang Muslim:

قُلْ يٰٓأَهْلَ ٱلْكِتَٰبِ تَعَالَوْٓا۟ إِلَىٰ كَلِمَةٍ سَوَآءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكَمُۥ ۖ لَا نَعْبُدُ إِلَّا ٱللَّهَ وَلَا نُشْرِكُ بِهِۦ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّن دُونِ ٱللَّهِ ۚ فَمَنِ تَوَلَّآ۟ فَقُلُوْٓا۟ أَشْهَدُوْا۟ بِأَنَّا مُسْلِمُونَ ﴿٦٤﴾

Terjemahnya :

Katakanlah (Muhammad), “Wahai Ahli Kitab! Marilah (kita) menuju kepada satu kalimat (pegangan) yang sama antara kami dan kamu, bahwa kita tidak menyembah kecuali kepada Allah dan kita tidak mempersekutukan-Nya dengan sesuatu pun, dan bahwa kita tidak menjadikan satu sama lain tuhan-tuhan selain Allah. Jika mereka berpaling maka katakanlah (kepada mereka), “Saksikanlah bahwa kami adalah orang Muslim.”<sup>25</sup>

Allah Subhanaahu wa Ta'ala telah menciptakan manusia sebagai sebaiknya makhluk di muka bumi. Sebagai makhluk yang paling sempurna yang Allah Subhanaahu wa Ta'ala ciptakan sudah sepatutnya manusia selalu menjalani segala perintah dan menjauhi larangan-Nya dimana yang berhubungan dengan hal ini adalah merusak lingkungan.

---

<sup>25</sup> Departemen Agama R.I., *Al Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1977), h.86

Berdasarkan kerangka syariah, tauhid merupakan landasan dasar dari ajaran Islam. Kemudian konsep etika dalam Islam yang terdiri dari sepuluh konsep antara lain iman (faith), *taqwa* (piety), amanah (trust), ibadah (workship), *khilafah* (vicegerent), *ummah* (community), *akhirah day of reckoning, adl* (justice) dan *zulm* (tyranny), halal (allowable) dan haram (forbidden), serta *I'tidal* (moderation) dan *israf* (extravagance).

Menurut konsep etika dalam Islam tersebut terbentuk akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam yaitu pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial dikenal sebagai perpanjangan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan. Terkait dengan hal tersebut, Haniffa<sup>26</sup> berpendapat bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Ia menambahkan bahwa seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan karena para pembuat keputusan Muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan mengungkapkan informasi-informasi terbaru secara sukarela guna membantu dalam pemenuhan kebutuhan spiritual mereka. Oleh karena itu, ia memandang bahwa perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam.

---

<sup>26</sup> Haniffa, R. (2002). *Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective*. Indonesian Management & Accounting Research 1 (2), pp.128-146.

Kerangka tersebut tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan Muslim, tetapi juga berguna bagi perusahaan Islam dalam memenuhi pertanggungjawabannya terhadap Allah Subhanaahu wa Ta'ala dan masyarakat. Kerangka ini dikenal dengan sebutan *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* (ISR) menggunakan prinsip syariah sebagai landasan dasarnya. Prinsip syariah dalam ISR menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual yang menjadi fokus utama dari pelaporan sosial perusahaan. *Islamic Social Reporting* (ISR) merupakan perluasan dari pelaporan sosial yang tidak hanya berupa keinginan besar dari seluruh masyarakat terhadap peranan perusahaan dalam ekonomi melainkan berkaitan dengan perspektif spiritual.

Faktor penting yang menjadi dasar syariah dalam pembentukan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah Tauhid (Tuhan Yang Esa) dan tidak menyekutukan-Nya, menyerahkan segala urusan kepada Allah dan tunduk terhadap segala perintah-Nya, meyakini bahwa kepunyaan Allah-lah Kerajaan langit dan bumi (Qur'an 57:5), dan kemudian kepada-Nya lah kamu dikembalikan (Qur'an 2:28). Hal tersebut mengarahkan pandangan seorang Muslim untuk mau menerima segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh Syariat Islam berdasarkan dua sumber utama yaitu Qur'an dan Hadist. Syariah menjadi dasar dalam setiap aspek kehidupan seorang muslim dan sangat berpengaruh dalam kemakmuran seluruh umat (masyarakat).

Penelitian ini menggunakan kerangka *Islamic Social Reporting* dengan rujukan utama Haniffa<sup>27</sup> yang dimodifikasi dengan item-item yang terdapat pada penelitian Othman.<sup>28</sup> Berikut kelima tema pengungkapan dalam *Islamic Social Reporting* yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Pendanaan dan Investasi yang terdiri dari : a). *Riba (interest-free)*, b). *Gharar* (ketidakpastian), c). *Zakat*, d). Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih, e). *Current Value Balance Sheet*, f). *Value Added Statement*
2. Produk dan Jasa yang terdiri dari : a). Produk yang ramah lingkungan (*green product*), b). Status kehalalan produk, c). Kualitas dan keamanan suatu produk, d). Keluhan konsumen/indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dan kode sukarela (jika ada)
3. Karyawan. Masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan, seperti upah, karakteristik pekerjaan, jam kerja per hari, libur tahunan, jaminan kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan terkait waktu dan tempat ibadah, pendidikan dan pelatihan, kesetaraan hak, dan lingkungan kerja.
4. Masyarakat. Item-item pengungkapan dalam tema masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sodaqoh/donasi*, *wakaf*, *qard Hassan*, sukarelawan dari pihak karyawan, pemberian beasiswa,

---

<sup>27</sup> Haniffa, R. (2002). *Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective*. Indonesian Management & Accounting Research 1 (2), pp.128-146.

<sup>28</sup> Othman, R., Md. Thani, A., K. Ghani, E.. *Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia*. Research Journal of International Studies – Issue 12 (October, 2009).

pemberdayaan kerja bagi siswa yang lulus sekolah/kuliah berupa magang atau praktik kerja lapangan, pengembangan dalam kepemudaan, peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bawah, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lain, dan mensponsori berbagai macam kegiatan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama.

5. Lingkungan. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa item pengungkapan yang berhubungan dengan tema lingkungan ini antara lain: konservasi lingkungan, perlindungan terhadap margasatwa, kegiatan mengurangi efek pemanasan global dengan meminimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain-lain, pendidikan mengenai lingkungan, pemanfaatan limbah sekitar perusahaan yang diolah kembali menjadi suatu produk baru, pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan, dan sistem manajemen lingkungan.
6. Corporate governance, meliputi status kepatuhan syariah, rincian nama direksi dan manajemen, profil jajaran direksi dan manajemen, rincian tanggung jawab manajemen, pernyataan mengenai renumerasi manajemen, jumlah pelaksanaan rapat manajemen, rincian dewan pengawas syariah, profil dewan pengawas syariah, rincian tugas DPS, pernyataan renumerasi DPS, jumlah pelaksanaan rapat DPS, struktur kepemilikan saham, kebijakan anti korupsi.

### C. Penelitian terdahulu

Aktivitas volume perdagangan saham dalam Bursa Efek maupun pasar modal merupakan salah satu elemen yang menjadi salah satu badan untuk melihat reaksi pasar modal terhadap informasi yang masuk ke dalam pasar.<sup>29</sup> Perkembangan harga saham serta aktivitas volume perdagangan saham di dalam pasar modal merupakan pengaruh yang sangat penting untuk mempelajari tingkah laku pasar sebagai acuan investor dalam melakukan transaksi di pasar modal.

Suatu informasi dapat dikatakan mempunyai nilai guna bagi investor apabila informasi tersebut memberikan reaksi untuk melakukan transaksi di pasar modal. Hal ini terlihat dari perubahan harga saham dan volume perdagangan saham.

Said Kelana dan Chandra Wijaya<sup>30</sup> menyatakan bahwa aspek kepercayaan (*believe*) dari investor merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam pasar saham. Jadi ketika investor bereaksi positif terhadap informasi yang telah disajikan, maka investor akan melakukan transaksi.

Menurut hasil penelitian Anwar, Haerani, dan Pagalung<sup>31</sup> Pengungkapan CSR memberikan pengaruh positif hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dengan harga saham di pasar modal. Pengungkapan CSR dalam laporan keuangan tahunan perusahaan memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor untuk memilih

---

<sup>29</sup>Rochiyati Murniningsih, *Reaksi Investor dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Jakarta* (Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol. 5 Edisi 1 April 2007)

<sup>30</sup> Dalam Emilia Nurdin, dan M. Fani Cahyandito, *Pengungkapan Tema-tema Sosial dan lingkungan dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor*, 2006

<sup>31</sup> Samsinar Anwar, Siti Haerani, dan Gagaring Pagalung, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham*.

tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tersebut memiliki tata kelola perusahaan atau *Good Corporate Governance* yang baik karena pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian dari *good corporate governance* dan memberikan *image* kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat dengan menjalankan prinsip *Triple Bottom Line*.

Nurdin dan Fani<sup>32</sup> juga menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan (yang terdiri dari keterlibatan masyarakat, sumberdaya manusia, lingkungan dan sumber daya fisik, serta produk atau jasa) dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap reaksi investor (yang terdiri dari perubahan harga saham dan volume perdagangan saham) bagi perusahaan yang masuk dalam kategori *high profile*.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. Hal tersebut mengindikasikan bahwa investor di Indonesia sudah mulai menggunakan informasi sosial dan lingkungan dalam melakukan keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa pasar modal Indonesia sedang mengikuti trend global dimana tema-tema sosial dan lingkungan sudah menjadi salah satu sumber pengambilan keputusan investasi.

Hasil penelitian berbeda muncul dari Brammer<sup>33</sup> yang melakukan pengujian empiris terkait hubungan antara CSR dan return saham dan menemukan

---

<sup>32</sup> Nurdin, dan M. Fani Cahyandito, *Pengungkapan Tema-tema Sosial dan lingkungan dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor*, 2006

<sup>33</sup> Brammer, Stephen et al. *Corporate Social Responsibility And Stock Returns : Uk Evidence From Disaggregate Measures*, city university. 2005



bahwa perusahaan yang menampilkan CSR yang lebih tinggi akan menghasilkan return saham yang lebih rendah. Mereka berargumen bahwa pengeluaran terkait CSR akan berakibat negatif terhadap bottom line laporan keuangan perusahaan sehingga menimbulkan efek negatif pula pada pasar saham perusahaan bersangkutan.

Becchetti dan Rocco<sup>34</sup> juga melakukan evaluasi terhadap hubungan CSR dan stock market performance. Mereka menggunakan indikator nilai tambah per pekerja dan ROE untuk mengukur CSR. Mereka secara empiris menemukan bahwa tidak terdapat hubungan antara CSR dan stock market performance. Hal ini, mengindikasikan bahwa investor dalam berinvestasi lebih berfokus dalam menilai risiko yang dihadapi dalam berinvestasi dan tidak terlalu memperhatikan faktor pengaplikasian CSR.

#### **D. Perumusan hipotesis**

##### **1. Pengaruh pengungkapan sosial dan lingkungan terhadap harga saham**

Salah satu manfaat yang didapatkan perusahaan dengan melaporkan CSR yang disepakati oleh banyak peneliti adalah meningkatnya peningkatan penjualan dan *Brand Positioning (Goodwill)*, hal ini tentunya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Seiring semakin meningkatnya kinerja perusahaan, maka hasrat investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang bersangkutan juga akan meningkat. Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa secara tidak langsung aplikasi CSR dapat meningkatkan harga saham

---

<sup>34</sup>Becchetti, Leonardo dan Rocco Ciciretti, *Corporate Social Responsibility and stock market performance*. CSR paper 34. 2008

perusahaan bersangkutan meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan atas saham perusahaan tersebut.

**H1 :** Pengungkapan sosial dan lingkungan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan

## **2. Hubungan pengungkapan produk dan jasa terhadap harga saham**

Di dalam Al Qur'an juga tercantum ayat-ayat yang berhubungan dengan kewajiban orang atau badan dalam menjalankan bisnisnya yang berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat disekitarnya. Salah satu yang menjadi dasar pembeda antara perusahaan yang taat syariah dengan yang tidak taat syariah adalah dengan melihat produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. dalam islam dikenal konsep *halalan thoyyiban* (halal dan bagus) sebagai dasar untuk mengkonsumsi produk. Untuk itu, kiranya menjadi penting jika pengungkapan yang terkait dengan produk dan jasa menjadi perhatian investor agar bisa secara lebih baik mengenal produk dan jasa perusahaan yang bersangkutan.

**H2:** Pengungkapan sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan produk dan jasa berpengaruh terhadap harga saham perusahaan

## **3. Hubungan pengungkapan karyawan terhadap harga saham**

Disamping berkaitan dengan produk dan jasa, islam juga mensyaratkan hubungan yang harmonis antara pekerja dengan pemberi kerja. Salah satu dampak yang terlihat dari akibat ketidakharmonisan hubungan pekerja dengan pemberi kerja adalah kasus mesuji dan freeport beberapa waktu yang lalu. Hubungan yang tidak harmonis itu pada akhirnya menjadi halangan bagi perusahaan untuk produktif yang berdampak pada kerugian. Untuk itu, pengungkapan

perusahaan terkait dengan karyawan amat penting bagi investor untuk menilai risiko kerugian yang mungkin timbul dari ketidakharmonisan hubungan perusahaan dan pekerja.

**H3 :** Pengungkapan sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan karyawan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

#### **4. Hubungan pengungkapan masyarakat terhadap harga saham**

Sebagaimana yang dijelaskan dalam *legitimacy theory*, masyarakat merupakan bagian yang penting bagi perusahaan untuk melakukan aktivitasnya.

Dalam alquran disebutkan :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٥٩﴾

Terjemahnya :

Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepadaAllah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.<sup>35</sup>

Quraish Shihab dalam tafsir al-mishbah menyebutkan bahwa pada dasarnya ayat tersebut membahas tetnag pembagian harta *fa'i* (harta rampasan). Meski demikian ayat ini juga dapat menjadi landasan bagi kita untuk mendistribusikan kekayaan dan tidak beredar dikalangan tertentu saja. Harta

---

<sup>35</sup>Departemen Agama R.I., *Al Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1977), h.916

mempunyai fungsi sosial yang bisa disalurkan dalam berbagai bentuk yang disyariatkan dalam islam seperti zakat, shadaqah dan lain-lain. Pengaplikasian ayat ini dalam masyarakat diharapkan mampu mengentaskan kemiskinan.<sup>36</sup> Upaya aktif perusahaan dalam mengentaskan kemiskinan masyarakatnya akan memicu iklim beraktivitas yang kondusif pula bagi perusahaan, terlebih masyarakat sekitar perusahaan prospektif untuk menjadi konsumen yang loyal sehingga pada akhirnya memicu kenaikan laba perusahaan.

**H4 :** Pengungkapan sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan masyarakat berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

## **5. Hubungan pengungkapan lingkungan terhadap harga saham**

Kesadaran masyarakat terkait dengan lingkungan menjadi isu yang populer belakangan ini. Isu go green bergaung dimana-mana. Bahkan, Mc Williams dan Siegel juga menemukan bahwa kebanyakan konsumen di Amerika, meski tidak semua, memasukkan pertimbangan CSR dalam mengkonsumsi produk dari suatu perusahaan.<sup>37</sup>

**H5 :** Pengungkapan sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan lingkungan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

---

<sup>36</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Jilid 14* (cet.8; Jakarta: lentera hati, 2002),h.111-114.

<sup>37</sup>Dian Anita Nuswantara,"Akuntansi Lingkungan : Antara Mandatory dan Voluntary".t.p.(t.th):h.1-16.

Abigail McWilliams dan Donald Siegel, Corporate Social Responsibility : A Theory Of The Firm Perspective. *Academy Managemeny of Review* (2001):h.117- 127.

## 6. Hubungan pengungkapan good governance terhadap harga saham

Relevansi pengungkapan good governance dapat ditinjau dari dua perspektif. Dari perspektif islami, Allah mengajarkan untuk bersikap jujur dan amanah dalam firmanNya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخَوْنُوا أَمْنَنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.<sup>38</sup>

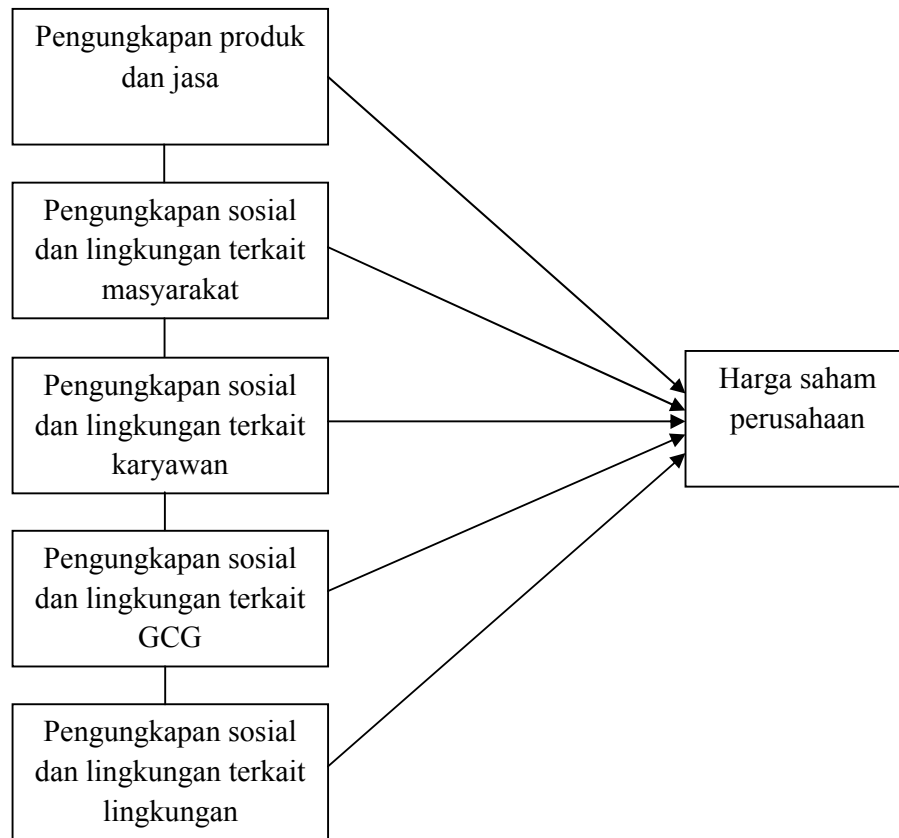
Ayat diatas menjadi dasar bagi kita untuk berlaku jujur dan amanah meskipun dihadapkan pada situasi yang dilematis sebagaimana hal yang menjadi *Asbabun Nuzul* ayat ini dimana salah seorang sahabat (Hathib) mengirim pesan kepada kaum Quraisy tentang fathu makkah. Sedangkan jika ditinjau dari perspektif bisnis itu sendiri, telah banyak kajian yang membuktikan bahwa GCG merupakan bagian yang sangat penting dalam menilai kesehatan perusahaan.

**H6 :** Pengungkapan sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan good governance berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

---

<sup>38</sup> Departemen Agama R.I., *Al Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1977), h.264

### E. Rerangka Penelitian



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pusat Informasi Pasar Modal Jln. Pettarani. Penelitian dilaksanakan dari tanggal 1 Juni 2013 s/d 20 Agustus 2013.

##### **B. Jenis penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian arsip (*archival research*) yang merupakan penelitian terhadap fakta yang tertulis (dokumen) atau berupa arsip data. Dokumen atau arsip yang diteliti berdasarkan sumbernya dapat berasal dari data internal, yaitu: dokumen, arsip dan catatan orisinil yang diperoleh dari suatu organisasi atau berasal dari data eksternal, yaitu publikasi data yang diperoleh melalui orang lain.

##### **C. Populasi dan sampel**

Dalam rangka menguji hubungan antara pengungkapan sosial dan lingkungan terhadap harga saham, maka populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representative sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kecuali Perusahaan yang bergerak dalam Bidang Keuangan, Pendaanan dan Investasi.
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangannya (*audited*) pada tahun pengamatan (2011-2012).

3. Perusahaan yang melaporkan laba positif selama periode pengamatan.
4. Perusahaan yang melaporkan aktivitas sosial dan lingkungannya.

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di BEI sebanyak 17. Jumlah data tersebut didasarkan pada ketersediaan dan kelengkapan data penelitian dari laporan keuangan tahunan tahun 2011-2012. Setelah dilakukan *screening* data, maka dapat diketahui bahwa sampel pada penelitian ini (n) sebanyak 34. Sebagaimana tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh pengungkapan sosial dan lingkungan terhadap harga saham perusahaan akan diuji dengan menggunakan model regresi.

Tabel 3.1

Daftar Perusahaan Sampel

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk
2	ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk
3	APLN	PT. Agung Podomoro Land Tbk
4	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi Tbk
5	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk
6	ASII	PT. Astra International Tbk
7	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk
8	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk
9	BIPI	PT. Benakat Petroleum Energy Tbk
10	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk
11	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk
12	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
13	MBTO	PT. Martina Berto Tbk
14	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
15	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk
16	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk
17	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk



#### **D. Jenis dan sumber data**

##### **1. Jenis Data**

Guna mendukung penelitian ini, maka jenis data yang digunakan adalah data dokumenter<sup>39</sup>. Dalam hal ini data dari laporan keuangan perbankan yang listing di Bursa Efek Indonesia.

##### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder diambil dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan dari tahun 2011-2012.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih sebagai sampel. Sebagai panduan, digunakan instrument penelitian berupa check list atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan sosial dan lingkungan.

#### **F. Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Penelitian ini menggunakan pengungkapan sosial dan lingkungan sebagai variabel independen yang disimbolkan dengan (X), serta reaksi investor yang tergambar pada harga saham sebagai variabel dependen yang disimbolkan dengan (Y), dimana nilai Y tersebut langsung diderivasi dari nilai yang terdapat dalam situs pasar modal. Harga saham perbulan yang diperoleh kemudian dijumlahkan menjadi Harga saham rata-rata per tahun, dengan rumus sebagai berikut :

---

<sup>39</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen 1* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, 1999), h. 145.

$$h = \frac{\sum}{N}$$

$\sum X_i$  : Harga Saham perbulan (Januari sampai Desember)

N : Jumlah Bulan (12 Bulan)

Untuk menghitung indeks pengungkapan sosial dan lingkungan (ISRI) dapat menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item ISR dalam instrument penelitian diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan dan nilai 1 jika diungkapkan. Selanjutnya skor dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor setiap perusahaan dengan rumus masing-masing sebagai berikut :

a) Menghitung nilai ISR untuk produk

$$= \frac{\sum}{N_j}$$

ISRI<sub>j</sub> : *Islamic Social Reporting Index* perusahaan j

X<sub>pij</sub> : *criteria variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

N<sub>j</sub> : jumlah skor maksimal item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 48$

b) Menghitung nilai ISR untuk masyarakat

$$= \frac{\sum}{N_j}$$

ISRI<sub>j</sub> : *Islamic Social Reporting Index* perusahaan j

X<sub>mij</sub> : *criteria variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

N<sub>j</sub> : jumlah skor maksimal item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 48$

c) Menghitung nilai ISR untuk karyawan

$$= \frac{\sum}{N_j}$$

ISRI<sub>j</sub> : *Islamic Social Reporting Index* perusahaan j

X<sub>kij</sub> : *criteria variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

N<sub>j</sub> : jumlah skor maksimal item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 48$

d) Menghitung nilai ISR untuk GCG

$$= \frac{\sum}{N_j}$$

ISRI<sub>j</sub> : *Islamic Social Reporting Index* perusahaan j

X<sub>gij</sub> : *criteria variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

N<sub>j</sub> : jumlah skormaksimal item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 48$

e) Menghitung nilai ISR untuk lingkungan

$$= \frac{\sum}{N_j}$$

ISRI<sub>j</sub> : *Islamic Social Reporting Index* perusahaan j

X<sub>lij</sub> : *criteria variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

N<sub>j</sub> : jumlah skor maksimal item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 48$

## G. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang

menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Sebelum melakukan uji regresi berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu guna mendapatkan hasil yang terbaik. Dalam menggunakan regresi berganda harus menghindari adanya kemungkinan penyimpangan asumsi-asumsi klasik.

## **1. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji normalitas**

Pengujian normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Untuk menguji normalitas data, penelitian ini menggunakan analisis grafik. Pengujian normalitas melalui analisis grafik adalah dengan cara menganalisis grafik normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *plotting data residual* akan dibandingkan dengan garis diagonal. Data dapat dikatakan normal jika data atau titik-titik terbesar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data meyebar lebih jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji satatistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas redual adalah uji statistik non parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Jika hasil *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika hasil *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data *residual* terdistribusi tidak normal.

#### **b. Uji multikolinearitas**

Menurut Ghozali, Uji multikolonireritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.<sup>40</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara:<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup>Algifari, *analisis regresi, teori,kasus dan solusi*. (cet. Kedua; yogyakarta: BPFE, 2009),h. 95.

<sup>41</sup>Toni wijaya, *analisis multivariat*. Cet, pertama; yogyakarta: universitas atmajaya yogyakarta, 2010), h. 51.

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan sangat tinggi sementara secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan terhadap variabel terikat.
2. Menganalisis korelasi antar variabel bebas.
3. Melihat nilai VIF, jika  $VIF < 10$  maka dapat ditolerir.
4. Nilai eigenvalue sejumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol mengindikasikan multikolinearitas.

Untuk mengatasi masalah jika terjadi multikolinearitas dapat dilakukan dengan beberapa cara. Cara yang paling mudah adalah dengan menghilangkan variabel yang memiliki korelasi tinggi dari model regresi. Konsekuensi dari digunakannya metode ini adalah menghilangnya variabel yang secara teoritis dapat memengaruhi variabel dependen. Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan menambah jumlah data jika teridentifikasi bahwa penyebab dari multikolinearitas adalah kesalahan sampel.<sup>42</sup>

### **c. Uji autokorelasi**

Penelitian yang rentan akan adanya autokorelasi adalah penelitian yang datanya bersifat time series. Autokorelasi berarti bahwa terdapat korelasi antara anggota sampel yang diurut berdasarkan waktu. Adanya autokorelasi menggambarkan bahwa varians sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilakukan dengan

melakukan uji Durbin-watson. Untuk mengatasi masalah autokorelasi, hal yang dapat dilakukan adalah memasukkan lag kedalam model regresi.<sup>43</sup>

#### **d. Uji heteroskedastisitas**

Heterokedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Model regresi hanya dapat dikatakan baik bila tidak terjadi heterokedastisitas atau homokedastisitas. Bila terjadi heterokedastisitas, maka hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa estimator yang diperoleh tidak efisien walau penaksir yang diperoleh menggambarkan populasinya dan bertambahnya nilai sampel akan mendekati nilai sebenarnya. Bila terjadi heterokedastisitas, upaya yang dapat dilakukan untuk menghilangkannya adalah dengan mentransformasikan variabel menjadi *log*.

## **2. Uji hipotesis**

Adapun tahap pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

### **a) Uji Simultan (Uji F)**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.<sup>44</sup> Dengan kriteria pengujian tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika taraf signifikansinya  $> 0,05$   $H_0$  ditolak dan jika taraf signifikansinya  $< 0,05$   $H_0$  diterima.

### **b) Regresi linier berganda**

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan, reaksi investor yang tergambar dari harga

---

<sup>43</sup>Algifari, *Op. Cit.*, h. 92.

<sup>44</sup>Algifari, *op.cit.*, h. 67.

saham pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maximum, mean, dan standar deviasi. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis statistic yaitu nalisis regresi linear berganda :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

- $X_1$  : Pengungkapan Sosial dan lingkungan (ISR) produk dan jasa
- $X_2$  : Pengungkapan Sosial dan lingkungan (ISR) Karyawan
- $X_3$  : Pengungkapan Sosial dan lingkungan (ISR) Masyarakat
- $X_4$  : Pengungkapan Sosial dan lingkungan (ISR) lingkungan
- $X_5$  : Pengungkapan Sosial dan lingkungan (ISR) GCG
- $a$  : Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  : Koefisien regresi
- $Y$  : harga saham perusahaan
- $e$  : Error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

#### c) Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk memastikan apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut setiap individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen (ujiparsial). Caranya dengan melakukan pengujian terhadap koefisien regresi setiap variabel independen.<sup>45</sup> Dengan kriteria pengujian tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikansi 5% ( $\alpha =$

---

<sup>45</sup> *Ibid*



0,05). Jika taraf signifikansinya  $> 0,05$  Ha ditolak dan jika taraf signifikansinya  $< 0,05$  Ha diterima.

d) KoefisienDeterminasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) berfungsi untuk melihat sejauh mana keseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup>*Ibid*

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Profil Perusahaan PT. Astra Agro Lestari Tbk**

PT. Astra Agro Lestari Tbk (“Perseroan”) adalah perusahaan perkebunan kelapa sawit terkemuka di Indonesia yang telah berdiri sejak 32 tahun lalu, dengan komitmennya untuk selalu menghasilkan produk minyak sawit (CPO) berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan pasar baik di dalam maupun luar negeri.

Sejarah berdirinya perseroan diawali tahun 1983, diawali induk perusahaan PT. Astra International Tbk, memutuskan untuk melakukan pengembangan usaha ke sektor agribisnis dengan membentuk unit bisnis baru. Awalnya, unit bisnis ini bertanggung jawab untuk mengelola perkebunan ubi kayu dan karet.

Menyadari bahwa prospek kelapa sawit sangat menjanjikan, manajemen memutuskan untuk fokus mengembangkan bisnis kelapa sawit. Pada tahun 1984, manajemen mengakuisisi PT. Tunggal Perkasa Plantations, yang memiliki lahan perkebunan kelapa sawit seluas 15.000 hektar di Riau, Sumatera. Pada tahun 1988, PT. Astra International memutuskan menjadi unit perkebunan kelapa sawit sebagai entitas bisnis baru dengan nama PT. Suryaraya Cakrawala. Tahun 1989, PT. Suryaraya Cakrawala diubah menjadi PT. Astra Agro Niaga merger dengan PT. Suryaraya Bahtera dan mengubah namanya menjadi PT. Astra Agro Lestari.

Dalam menjalankan tugasnya sebagai pelaku bisnis yang baik, kontribusi perseroan untuk bertumbuh dan sejahtera bersama bangsa telah ditunjukkan

melalui komitmennya yang kuat untuk mengimplementasikan kebijakan tentang aspek lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja (*Safety, Health, and Environment / SHE*) serta program CSR.

Pelaksanaan program SHE telah dikembangkan dan diintegrasikan sehingga mencakup berbagai aspek diantaranya : (1) karyawan : Perseroan memberikan kesempatan kepada siapa saja untuk menjadi pekerja tanpa memandang latar belakang etnis, agama, rasa tau kelas dan gender, (2) Pelatihan : Perseroan senantiasa melaksanakan pelatihan untuk menempatkan para karyawan pada posisi yang tepat menurut keahlian dibidang masing-masing, (3) Kesehatan dan Keselamatan Kerja, (4) Kepatuhan terhadap hukum, (5) Manajemen limbah.

Sepanjang tahun 2012, perseroan telah melaksanakan berbagai program CSR yang meliputi empat kerangka kerja, yaitu : (1) Program ekonomi : terdiri dari kegiatan peningkatan pendapatan (*Income Generating Activities / IGA*) berbasis bisnis kelapa sawit dan bisnis non-kelapa sawit. (2) Program pendidikan : Sampai akhir tahun 2012, perseroan telah membangun dan mengoperasikan sejumlah 32 TK, 19 SD, 5 SMP didukung oleh 403 Guru yang mendidik 10.864 murid. Selain itu perseroan memberikan beasiswa dan bantuan khusus. (3) Program Kesehatan : Selama tahun 2012, perseroan telah mengelola dan memperbaiki fasilitas kesehatan di areal perkebunannya serta melakukan revitalisasi posyandu. (4) Program lingkungan : perseroan secara konsisten dan terus menerus telah mengimplementasikan program lingkungan terintegrasi yang dilaksnakan melalui 4 fokus utama, yakni program *Astra Green Company*,

*Greener Production*, konservasi keanekaragaman hayati, dan Evaluasi kinerja lingkungan.

## **2. Profil Perusahaan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk**

Ketika gerai Ace Hardware yang pertama dibuka pada tahun 1996 di Karawaci, Tangerang, Jawa Barat, Ace Hardware Indonesia atau AHI telah mengukuhkan keberadaannya dalam bisnis home improvement dan lifestyle. Sejak itu, budaya AHI dibangun dengan tujuan utama menawarkan berbagai macam produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif, yang didukung oleh layanan terpadu dari tim yang profesional. Tujuan yang tercermin dalam misi Perseroan ini tetap bertahan sampai hari ini dan menuntun AHI dalam upaya ekspansi bisnis agar lebih dekat dengan pelanggan.

Kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat telah menjadi bagian tak terpisahkan dari keberadaan Ace Hardware Indonesia. Oleh karena itu, berbagai program CSR Perseroan telah menjadi agenda tetap setiap tahun untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar dan mengembangkan lingkungan yang lebih baik.

Untuk tahun 2012 ini, Ace Hardware Indonesia telah melaksanakan beragam program sebagai berikut : (1) Lingkungan hidup : Sebagai bagian dari warga masyarakat, AHI juga turut menjaga kelestarian lingkungan di sekitar lokasi gerai. Salah satu bentuk partisipasi kami adalah dengan menyelenggarakan program bertajuk “Trees for Tomorrow”. AHI membagi-bagikan lebih dari 50.000 bibit pohon kepada customer yang berlokasi di Mal Living World, (2) Donor darah, (3) Idul Adha : Pada saat peringatan Idul Adha, atau Hari Raya Kurban,

Ace Hardware Indonesia turut memeriahkannya dengan menyumbangkan beberapa ekor hewan kurban berupa sapi dan kambing untuk dipotong dan didistribusikan kepada masyarakat sekitar, (4) Bakti Sosial : gerai Ace Nusa Dua Bali mengadakan program kerja bakti melalui aktivitas pembersihan sampah di pantai Nusa Dua dan berbagi kasih dengan anak-anak penderita cacat dengan cara membersihkan ruang tidur dan kamar mandi di yayasan tersebut sekaligus menyalurkan pakaian bekas layak pakai.

### **3. Profil Perusahaan PT. Agung Podomoro Land Tbk**

PT Agung Podomoro Land, Tbk. (“APLN” atau “Perseroan”) merupakan bagian dari Agung Podomoro Group (APG), yang merambah bisnis properti sejak tahun 1969. Perseroan didirikan dengan nama PT Tiara Metropolitan Jaya berdasarkan Akta No. 29 tanggal 30 Juli 2004. Penggantian nama PT Tiara Metropolitan Jaya menjadi PT Agung Podomoro Land, Tbk. diputuskan oleh Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang diaktakan dalam Akta No. 1 tanggal 2 Agustus 2010.

Pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan Perseroan berfokus pada 5 (lima) bidang, yang meliputi lingkungan hidup; pendidikan; sosial, budaya dan kesehatan; olah raga; serta keagamaan; yang kesemuanya dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

(1) Di bidang lingkungan hidup : aktivitas pengembangan properti yang dilakukan perusahaan adalah dengan menanamkan inisiatif ramah lingkungan ke dalam proses bisnis perusahaan, (2) di bidang pendidikan : Perseroan telah

mengembangkan pusat pelatihan internal Agung Podomoro Land Learning Center (APL-LC) yang berfokus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan. APLLC juga bekerja sama dengan Yayasan Agung Podomoro Land dan Agung Podomoro Recruitment Center membuka kesempatan kerja bagi para siswa kurang mampu namun memiliki performa yang tinggi. Program tanggung jawab sosial perusahaan juga diterapkan Perseroan dengan pemberian dukungan pendidikan bagi anak-anak kurang mampu dengan memberikan beasiswa dan sarana penunjang pendidikan lainnya, (3) Di Bidang Sosial, Budaya, dan Kesehatan : direalisasikan dalam bentuk pemberian bantuan terhadap kegiatan sosial masyarakat sekitar, pengobatan gratis, pemberian sarana penunjang bagi yayasan dan organisasi sosial kemasyarakatan, (4) Di Bidang Olah Raga : Perseroan juga merasa perlu bertanggung jawab terhadap kemajuan dan minat berolah raga masyarakat untuk terciptanya manusia-manusia yang berprestasi di suatu bidang olah raga, maupun untuk kesadaran hidup sehat pribadi-pribadi masyarakat sendiri, (5) Di Bidang Keagamaan Tanggung jawab sosial perusahaan di bidang keagamaan yang dilakukan Perseroan dimaksudkan untuk memberikan pembinaan sosial keagamaan bagi masyarakat sekitar, yang antara lain diwujudkan dalam bentuk kegiatan perayaan hari-hari besar keagamaan, kepedulian kepada anak yatim, dan bantuan perbaikan prasarana tempat ibadah.

#### **4. Profil Perusahaan PT. Ratu Prabu Energi Tbk**

PT. Ratu Prabu Energi, Tbk., pada awalnya didirikan dengan nama PT. Arona Binasejati berdasarkan Akta Pendirian No. 44 tanggal 31 maret 1993 dan akta No. 66 tanggal 9 oktober 1995. Perseroan berganti nama menjadi PT. Ratu

Prabu Energi, Tbk. Pergantian ini juga menandai perubahan lini usaha dari industri manufaktur ke Perusahaan bidang energi.

Secara umum program CSR yang telah dilakukan yaitu; bidang kesehatan, keagamaan, infrastruktur dan bantuan bencana alam. Selama tahun 2012, keterlibatan Perseroan dengan masyarakat meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut: Pemberian sumbangan hewan qurban (sapi dan kambing) di lingkungan yang bersentuhan langsung dengan lokasi operasional perusahaan, bantuan kegiatan keagamaan seperti Maulud Nabi, bantuan untuk perbaikan sarana jalan dan fasilitas olahraga, sumbangan atau membantu mereka yang menjadi korban bencana banjir di RT. 009 di sekitar Ratu Prabu 2, dalam bidang kesehatan perseroan telah menyelenggarakan pengobatan gratis dan bantuan obat-obatan di daerah Cikarang, sepanjang tahun 2012 PT. Ratu Prabu Energi, Tbk mengeluarkan sedikitnya, Rp. 81.211.680 untuk mendanai berbagai Kegiatan Sosial Perusahaan.

## **5. Profil Perusahaan PT. Astra Graphia Tbk**

Astragraphia mengawali perjalanan bisnis pada tahun 1971 sebagai Divisi Xerox di PT Astra Internasional dan menjadi badan hukum terpisah, yaitu PT Astra Graphia pada tahun 1975 dengan kegiatan usaha perdagangan dan penyedia layanan peralatan perkantoran. Pada tanggal 22 April 1976 Astragraphia ditunjuk secara langsung sebagai distributor eksklusif dari Fuji Xerox Co. Ltd. Jepang untuk pemasaran serta layanan purna jual produk Fuji Xerox di seluruh Indonesia.

Sejak tahun 1990-an Astragraphia mulai melakukan transformasi kegiatan usaha menjadi penyedia Solusi Teknologi Informasi. Saat ini Astragraphia

memantapkan ruang lingkup usahanya sebagai penyedia bisnis berbasis teknologi dokumen, informasi & komunikasi atau yang dikenal dengan sebutan DICT (*Document, Information & Communication Technology*).

Astragraphia menerapkan kebijakan lingkungan melakukan tindakan dari berbagai sisi, yaitu: penyediaan produk, lingkungan kerja, dan aktivitas eksternal yang terkait dengan tanggungjawab terhadap lingkungan. Dari sisi penyediaan produk, Astragraphia menyediakan produk-produk yang ramah lingkungan baik ditinjau dari konsumsi energi yang dibutuhkan, maupun dari bahan pakai dan bahan dasar produk tersebut. Kesetaraan perlakuan terhadap karyawan dimulai dari proses rekrutmen karyawan melalui prinsip-prinsip keterbukaan baik dari mulai rencana kebutuhan karyawan setiap unit kerja, kriteria yang dibutuhkan, pengumuman kebutuhan karyawan melalui publikasi luas, proses seleksi dan pengujian akhir yang melibatkan unit kerja yang membutuhkan. Keputusan atas pemilihan karyawan tidak didasarkan atas *gender*, ras, maupun agama. Dalam memperkerjakan karyawan, Astragraphia menerapkan kebijakan upah di atas standar minimum lokal di seluruh kantor cabang. Astragraphia juga menerapkan keikutsertaan karyawan dalam program pensiun Astra dan menjadi peserta Dana Pensiun Astra dan Jamsostek. Peserta yang pensiun normal atau mengundurkan diri sebelum usia pensiun normal akan menerima manfaat pensiun tersebut.

Dalam menjalankan usahanya, Astragraphia juga melakukan berbagai aktivitas sosial dan kemasyarakatan terutama yang terdekat dengan lingkungan kantor/cabang. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan sepanjang tahun 2012 adalah: Donasi bagi masyarakat di sekitar perusahaan, berupa kegiatan rutin pemberian



donasi bagi masyarakat sekitar perusahaan dalam bentuk uang dan barang sesuai keperluan. Kegiatan tersebut antara lain: pada perayaan hari besar keagamaan seperti Idul Fitri, Idul Adha dan Hari Natal, karyawan Astragraphia secara sukarela mengumpulkan uang dan barang untuk diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan, terutama panti-panti asuhan. Aksi Donor Darah, yang dilakukan karyawan Astragraphia bekerja sama dengan PMI DKI Jakarta setiap tiga bulan, *Competence Aid Program (CAP)*, yaitu Program pendidikan peningkatan keterampilan teknologi informasi merupakan program pelatihan bagi mahasiswa program diploma jurusan teknik perguruan tinggi. Program Orangtua Asuh, yaitu karyawan Astragraphia ikut berpartisipasi dalam Program Orang Tua Asuh untuk membantu Pendidikan kepada 160 anak-anak Yatim Piatu dan kurang mampu dari yayasan penyantun. Program Pendidikan Siap kerja *Operator Print Shop*, yaitu program kepedulian untuk mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

## **6. Profil Perusahaan PT. Astra Internasional Tbk**

Astra pertama kali didirikan sebagai perusahaan perdagangan di sebuah ruang kecil di Jakarta pada tahun 1957.

Mengusung tema 'Berbagi Bersama Bangsa', HUT ke-55 Astra merupakan momen yang bersejarah untuk dimeriahkan dengan rangkaian penyelenggaraan program CSR sebagai wujud apresiasi Astra serta komitmen untuk tumbuh kembang bersama bangsa Indonesia. Peringatan HUT ke-55 Astra ditandai dengan program 55.000 jam Astra Berbagi Ilmu, 55.000 jam Pelatihan

Usaha Kecil Menengah, 550.000 pohon Astra untuk Lingkungan, dan 55.000 kantong darah untuk Kesehatan.

Rangkaian kegiatan lainnya adalah: (1) Jelajah Dunia Astra, sebuah acara edukatif dan hiburan bagi seluruh anggota keluarga, termasuk pelanggan dan karyawan Astra berupa pameran produk dan jasa Grup Astra. (2) Astra Green Lifestyle, dihadiri lebih dari 15.000 pengunjung yang mengikuti berbagai aksi lingkungan pemilahan sampah dan pembuatan biopori, *Eco Exhibition*, *Fun Bike*, uji emisi dan *Green Talk*; (3) SATU Indonesia Awards, memberikan penghargaan bagi generasi muda Indonesia yang berprestasi dan memiliki kontribusi positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitarnya.

Di bidang lingkungan, Astra menjalankan berbagai program baik yang terkait langsung dengan kegiatan operasional maupun upaya perlindungan dan konservasi alam, sebagai salah satu komitmen Astra untuk membantu dalam upaya menjaga keseimbangan alam baik pembangunan bangsa yang berkelanjutan. Dalam pelaksanaan kegiatan CSR, Grup Astra, beserta yayasan, perusahaan dan unit-unit kerja memfokuskan program CSR pada empat pilar utama yaitu: (1) Pendidikan: program yang difokuskan pada wilayah miskin di sekeliling lokasi Grup Astra (2) SME/IGA: fokus pada sub-kontraktor Astra dan komunitas lokal di setiap wilayah operasi Grup Astra. (3) Lingkungan: fokus pada program konservasi dan pencegahan polusi (4) Kesehatan: fokus pada masalah kesehatan ibu dan anak, bekerja sama dengan pemerintah dan masyarakat setempat.

## **7. Profil Perusahaan PT. Astra Otoparts Tbk**

PT Astra Otoparts Tbk (Astra Otoparts) adalah perusahaan komponen otomotif terkemuka Indonesia yang memproduksi dan mendistribusikan suku cadang kendaraan bermotor baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Sejarah Astra Otoparts bermula dari didirikannya PT Alfa Delta Motor pada tahun 1976, yang bergerak di perdagangan otomotif, perakitan mesin dan konstruksi. Setelah mengalami berbagai perubahan dan pergantian nama perusahaan, akhirnya pada tahun 1997 berganti nama menjadi PT Astra Otoparts dan pada tahun 1998 mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta.

Pelaksanaan program-program CSR Astra Otoparts masih difokuskan pada bidang pendidikan dan pengembangan kewirausahaan (Income Generating Activities – IGA) walaupun bidang lingkungan hidup tetap menjadi prioritas karena merupakan program jangka panjang dan berkelanjutan yang terintegrasi dalam inisiatif Astra Go Green yang melibatkan partisipasi seluruh karyawan grup Astra dan masyarakat dalam kegiatan yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas lingkungan hidup.

Program-program yg dilaksanakan antara lain : (1) Pendidikan : Bina Keluarga Balita – Pendidikan Anak Usia Dini (BKB-PAUD), Astra Berbagi Ilmu – Grup Astra Otoparts (ABI Astra Otoparts), Pelatihan Kewirausahaan. (2) Lingkungan : Go Green. (3) Kesehatan : Donor Darah, Bantuan untuk Posyandu Binaan Grup Astra Otoparts.

## **8. Profil Perusahaan PT. Sepatu Bata Tbk**

PT. Sepatu Bata Tbk. (“Perseroan”) adalah perusahaan asosiasi dari Bata Shoe Organization. Tahun 1931, didirikan di Indonesia sebagai importir sepatu. Tahun 1940, memulai produksi di pabrik Kalibata di Jakarta Selatan. Tahun 1982, tercatat di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) pada tanggal 24 Maret.

Sebagai bentuk dari komitmen dan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat serta dalam upaya mendukung pelestarian alam (Green Campaign), maka Perseroan telah mengadakan berbagai kegiatan dalam Environment Health and Safety (EHS) Program dan Bata Children’s Program beberapa yang ditujukan untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan ramah lingkungan. Kegiatan lain yang dilaksanakan antara lain : Donor Darah, sumbangan Sepatu Ke SLB, Lomba Melukis, Buka Puasa Bersama Anak Yatim, Pembagian Tajil Gratis Di Jalan, Pembagian Sepatu Kepada Anak Jalanan, Kurban, Santunan Ke Panti Asuhan Abhimata.

## **9. Profil Perusahaan PT. Benakat Petroleum Energy Tbk**

Sebagai suatu perusahaan energi dan sumber daya terintegrasi, PT Benakat Petroleum Energy Tbk (Perseroan atau BIPI) memiliki portofolio investasi dan aset pada beberapa sektor pertambangan yang mencakup minyak dan gas bumi, batu bara, dan didukung oleh jasa-jasa pelayanan yang terkait dengan bidang-bidang tersebut. Perseroan didirikan dengan nama PT Macau Oil Engineering and Technology di Jakarta berdasarkan Akta Pendirian nomor 4 tanggal 19 April 2007 dan mendapat pengesahan menjadi badan hukum sejak tanggal 25 Juni 2007.

Kemudian PT Macau Oil Engineering and Technology resmi mengubah namanya menjadi PT Benakat Petroleum Energy Tbk sesuai dengan Akta Nomor 133 tanggal 30 September 2009.

Perseroan selaku entitas usaha yang bergerak dalam pengelolaan sumber daya alam menyadari bahwa kegiatan operasional yang dijalani memiliki dampak negatif terhadap aspek lingkungan hidup. Untuk itu, Perseroan menempatkan komitmen terhadap lingkungan hidup sebagai hal yang tidak terpisahkan dari kegiatan operasi perusahaan. Untuk mewujudkannya, Perseroan melengkapi kegiatan operasi dengan dokumen pengelolaan lingkungan yang sesuai dengan ketentuan seperti dokumen Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL) maupun Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup - Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup (UKLUP).

Sebagai wujud tanggung jawab terhadap praktik ketenagakerjaan, Perseroan senantiasa menempatkan aspek kesehatan dan keselamatan kerja sebagai faktor yang utama. Selain kesehatan dan keselamatan kerja, implementasi CSR dalam praktik ketenagakerjaan antara lain mencakup kesetaraan gender dan kesempatan kerja serta upaya pelatihan yang diselenggarakan oleh Perseroan untuk meningkatkan kualitas SDM. kegiatan yang dilakukan Perseroan dalam aspek pengembangan sosial dan kemasyarakatan adalah sebagai berikut: Bantuan dana pembangunan masjid Al-Kholiqul'alam, Bantuan HUT Kemerdekaan RI ke-66, Bantuan PAUD Desa Benakat Minyak, Bantuan Majelis Ta'lim Baitul Amin, Bantuan dana perayaan Natal Gereja Oikumene Pertamina, Pemberian bantuan berupa buku pengetahuan umum dan agama kepada sekolah dasar.

#### **10. Profil Perusahaan PT. Goodyear Indonesia Tbk**

Perseroan didirikan di Batavia dengan nama N.V. Goodyear Tire & Rubber Company Limited berdasarkan Akta Pendirian No. 199 tanggal 26 Januari 1917. Nama Perseroan yang semula “N.V. Goodyear Tire & Rubber Company Limited” dirubah menjadi PT Goodyear Indonesia (‘Goodyear Indonesia’) berdasarkan Akta No. 73 tanggal 31 Oktober.

Dalam CSR, perseroan mengidentifikasi 4 pilar utama: pendidikan, sosial, lingkungan, dan kesehatan. Implementasinya terwujud dalam berbagai bentuk, termasuk kegiatan santunan, penanaman pohon, donor darah, pengobatan gratis, pengembangan Posyandu, Zero waste landfill, program efisiensi energy, Program Beasiswa dan distribusi BeaSantri dilakukan bekerjasama dengan Badan Amil Zakat (BAZ) Bogor, kampanye keselamatan dan partisipasi dalam berbagai kegiatan lainnya.

#### **11. Profil Perusahaan PT. Kimia Farma (Persero) Tbk**

Kimia Farma adalah perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817. Nama perusahaan ini pada awalnya adalah NV Chemicalien Handle Rathkamp & Co. Berdasarkan kebijaksanaan nasionalisasi atas eks perusahaan Belanda di masa awal kemerdekaan, pada tahun 1958, Pemerintah Republik Indonesia melakukan peleburan sejumlah perusahaan farmasi menjadi PNF (Perusahaan Negara Farmasi) Bhinneka Kimia Farma. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1971, bentuk badan hukum PNF diubah menjadi Perseroan Terbatas, sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Kimia Farma (Persero).

Pada tanggal 4 Juli 2001, PT Kimia Farma (Persero) kembali mengubah statusnya menjadi perusahaan publik, PT Kimia Farma (Persero) Tbk, dalam penulisan berikutnya disebut Perseroan. Bersamaan dengan perubahan tersebut, Perseroan telah dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia.

Selain bertanggung jawab mengembangkan bisnis, Badan Usaha Milik Negara juga memiliki tugas di bidang sosial, ekonomi, dan pembinaan lingkungan. Perseroan telah mewujudkan kepedulian sosial dengan membentuk unit kerja PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang bertugas membina dan mengembangkan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan koperasi. Selain itu Perseroan berperan serta dalam program-program antara lain Penanggulangan HIV/AIDS.

Program Kemitraan dilaksanakan dengan memberikan pinjaman kredit lunak kepada apotek, toko obat, pengusaha kecil terdiri dari sektor perdagangan, jasa, industri dan koperasi secara bergulir. Program Bina Lingkungan merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat BUMN di wilayah BUMN tersebut melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program Bina Lingkungan Perseroan disalurkan dalam bentuk bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan, kesehatan, pengembangan sarana dan sarana umum, sarana ibadah, dan program BUMN Peduli.

Kesehatan & Keselamatan Kerja serta Lingkungan, yang sering disebut dengan K3L, merupakan bagian dari nilai-nilai yang dimiliki oleh Perseroan dalam memberikan kontribusi untuk menjaga lingkungan. Kepedulian akan lingkungan, secara *built in* telah diimplementasikan oleh Perseroan sejak tahun

1987, berbarengan dengan mulai diterapkannya Pedoman Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) di Perseroan.

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset utama Perseroan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dengan menjunjung tinggi budaya perusahaan “I CARE” seluruh karyawan dan manajemen Perseroan bertanggung jawab atas amanah dengan memegang teguh profesionalisme, integritas, dan kerjasama. Untuk memastikan terciptanya perlindungan atas hak-hak karyawan, Perseroan bersama-sama Serikat Pekerja Kimia Farma (SPKF) selalu berupaya memperbaiki kesepakatan kerja bersama yang saling mengikat, baik untuk Perseroan maupun karyawan.

## **12. Profil Perusahaan PT. Kalbe Farma Tbk**

PT. Kalbe Farma bergerak di bidang usaha Farmasi, Perdagangan, dan Perwakilan. Didirikan pada tanggal 10 September 1966. Dengan Dasar Hukum Pendirian Akta No. 3 tanggal 10 September 1966. Kalbe berhasil meraih pertumbuhan yang solid dan mencatatkan sebagai perusahaan publik tahun 1991 Bursa Efek Indonesia.

Kegiatan tanggung jawab sosial Kalbe Berbagi pada dasarnya terdiri dari 4 pilar berikut: (1) Kalbe Berbagi – Kesehatan, sejalan dengan kegiatan usaha utama Kalbe dan keyakinan Perseroan bahwa akses pada layanan kesehatan merupakan hak bagi setiap individu; (2) Kalbe Berbagi – Pendidikan, yang fokus pada inisiatif pengembangan pendidikan, sebagai salah satu faktor kunci kemajuan sebuah bangsa; (3) Kalbe Berbagi – Lingkungan, yang bertanggung jawab pada pelaksanaan komitmen Perseroan untuk memelihara lingkungan yang



sehat untuk hidup yang lebih baik; (4) Kalbe Berbagi – Sarana dan Prasarana, realisasi dari keputusan Kalbe untuk turut berperan dalam pembangunan infrastruktur untuk meningkatkan akses pada layanan kesehatan, pendidikan dan lingkungan yang berkualitas, berdasarkan prinsip pembangunan bersama masyarakat.

### **13. Profil Perusahaan PT. Martina Berto Tbk**

Dr. HC. Martha Tilaar mengawali usaha dengan membuka salon kecantikan pada tahun 1970. Selain itu beliau terus menimba ilmu tentang kecantikan dan perawatan tubuh ke pusat kecantikan di Amerika dan Eropa. Hal inilah yang membangkitkan semangat dan kesadaran beliau bahwa bahan baku yang berasal dari Indonesia jika diolah dengan baik dan professional dapat menghasilkan kosmetika alami dan jamu tradisional yang dapat mempercantik wanita Indonesia dan dunia secara holistik.

Setelah sukses dalam bisnis salon kecantikan dengan beberapa salon di Jakarta, Ibu Martha Tilaar mendirikan sekolah kecantikan Puspita Martha yang mencetak ahli kecantikan, penata rias, penata rambut dan terapis. Salon dan sekolah tersebut dioperasikan dibawah bendera PT Martha Beauty Gallery.

Kesuksesan tersebut mendorong Ibu Martha Tilaar memulai untuk memproduksi kosmetika dan jamu dan mendirikan PT Martina Berto pada tanggal 1 Juni 1977 dengan mitra usaha yaitu Bapak Bernard Pranata (alm) dan Ibu Theresia Harsini Setiady.

Misi dari tanggung jawab social Perseroan adalah: Menampilkan Perseroan sebagai “Perusahaan Hijau” melalui 4 pilar dimana Kampoeng Djamoe

Organik (KaDO) sebagai pusat pendidikan lingkungan, akan menjalankan aktivitas secara terintegrasi melibatkan masyarakat dan alam. Sasarannya antara lain : (1) Mempromosikan dan memperkuat aktifitas peduli alam Perseroan. (2) Meningkatkan jiwa wira usaha bagi masyarakat di pedesaan. (3) Melestarikan budaya lokal sebagai kearifan lokal dan membawanya sebagai pandangan global. (4) Memberdayakan perempuan sebagai anggota keluarga dan memperkuat posisinya dalam mendukung kesejahteraan keluarga.

#### **14. Profil Perusahaan PT. Mandom Indonesia Tbk**

Pada tahun 1993, Perseroan menjadi perusahaan ke-167 dan perusahaan *joint venture* Jepang ke-11 yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Kegiatan produksi komersial Perseroan dimulai pada tahun 1971 dimana pada awalnya Perseroan menghasilkan produk perawatan rambut, kemudian berkembang dengan memproduksi produk wangi-wangian dan kosmetik.

Merek utama Perseroan antara lain Gatsby, Pixy, dan Pucelle. Selain itu, Perseroan juga memproduksi berbagai macam produk lain dengan merek Tancho, Mandom, Spalding, Lovillea, Miratone, dan juga beberapa merek yang khusus diproduksi untuk ekspor. Selain pasar domestik, Perseroan juga mengeksport produk-produknya ke beberapa negara antara lain Uni Emirat Arab (UEA), Jepang, India, Malaysia, Thailand, dan lain-lain. Melalui UEA, produk-produk Perseroan di re-ekspor ke berbagai negara di Afrika, Timur Tengah, Eropa Timur, dan lain-lain.

Sebagai bagian dari komunitas, Perseroan menyadari secara penuh akan pentingnya menjalankan kegiatan usaha yang juga memperhatikan kepentingan

komunitas. Oleh karena itu, Perseroan membagi focus kegiatan sosial pada bidang lingkungan dan pendidikan.

Dalam bidang lingkungan, Perseroan secara kontinu meningkatkan kepedulian penanganan limbah baik itu limbah produksi maupun domestik sehingga tidak menimbulkan dampak negatif pada lingkungan. Selain itu, di tahun 2011 Perseroan melakukan pemeliharaan sebidang tanah yang ada di depan kompleks Perseroan dengan membuat dan memelihara taman dan tanaman dalam rangka kepedulian Perseroan terhadap kegunaan tanaman sebagai resapan air dan penyerap gas karbon dioksida (CO<sub>2</sub>). Dana yang dialokasikan Perseroan untuk kegiatan-kegiatan di bidang lingkungan selama tahun 2011 sebesar Rp 515,41 juta.

Dalam bidang pendidikan, sejak tahun 2007 Perseroan telah menjalin kerja sama dengan Universitas Nasional di Jakarta. Tahun 2011 adalah tahun ke-5 penyelenggaraan Kanji Contest, sebuah ajang kompetisi yang menilai pemahaman pelajar & mahasiswa mengenai tulisan Kanji Jepang. Dengan jumlah peserta yang terus bertambah setiap tahunnya, kompetisi ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk memperdalam pengetahuan mengenai kebudayaan Jepang.

Selain itu, juga di bidang Pendidikan, Perseroan berperan serta secara aktif dalam memfasilitasi siswa/siswi SMK di Jabodetabek yang akan melakukan praktek kerja sebagai bagian dari program Pendidikan Sistem Ganda. Perseroan juga memberikan pembekalan mengenai etika penampilan dan sikap, teknik menjual, dan lain-lain, sehingga para siswa/siswi tersebut lebih siap dalam menghadapi konsumen. Program ini dimulai tahun 2010 dan terus berjalan di

tahun 2011 dengan 2 periode dimana masing-masing periode berlangsung selama dua bulan. Dalam dua tahun penyelenggaraannya, jumlah siswa/siswi yang ikut serta dalam program praktek kerja berjumlah 163 orang dengan jumlah outlet ritel yang berpartisipasi sebanyak 92 outlet.

Setiap tahunnya Perseroan juga membuka kesempatan untuk siswa/i maupun mahasiswa/i untuk melakukan kunjungan ke pabrik Perseroan. Selama tahun 2011 Perseroan menerima 24 kunjungan dari lembaga pendidikan setingkat SMA dan Universitas dengan jumlah peserta mencapai 2.249 orang.

#### **15. Profil Perusahaan PT. Tempo Scan Pacific Tbk**

PT Tempo Scan Pacific Tbk dan anak perusahaannya (Perseroan) merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional Grup Tempo yang telah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. PT Tempo Scan Pacific Tbk dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula bernama PT Scanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala besar. Seiring dengan perjalanan waktu, Perseroan melalui anak perusahaannya memproduksi produk kosmetika dan produk konsumen sejak tahun 1977. Pada tahun 1994 Perseroan menjadi perusahaan Publik dan mencatatkan saham-sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ).

Sebagai bagian dari sumbangsih Tempo Scan untuk membantu masyarakat pra sejahtera dan dalam rangka untuk mengelola berbagai program tanggung jawab sosial (“CSR”) di bawah satu organisasi yang terkoordinasi, maka pada tahun 2011 Tempo Scan membentuk *CSR Center* yang diberi mandat untuk

mengelola kegiatan CSR utama perusahaan, dimana keputusan ini bertujuan agar kegiatan-kegiatan CSR tersebut lebih terkoordinasi dan terintegrasi.

Salah satu kegiatan *CSR Center* yang utama adalah “Program Sosial Indonesia Tersenyum” (“PSIT”), yaitu suatu program yang memberikan bantuan medis berupa tindakan operatif/invasif kepada anak-anak dari keluarga pra sejahtera di Indonesia yang menderita kelainan bawaan dari lahir, seperti kelainan jantung bawaan, bibir sumbing atau tidak ada langit-langit, kelainan saluran pencernaan, hydrocephalus congenital, hernia congenital, katarak congenital, jari-jari dempet dan lainnya.

Kegiatan *CSR Center* utama lainnya yang diselenggarakan oleh Tempo Scan adalah program “bodrex Reaksi Cepat”. Program ini memberikan bantuan pelayanan kesehatan kepada masyarakat pra sejahtera yang menjadi korban bencana alam atau yang kurang mendapatkan akses pelayanan kesehatan yang optimal. Program ini dibentuk oleh Tempo Scan sebagai perwujudan rasa terima kasih produk bodrex, obat sakit kepala yang sudah lebih dari 40 tahun diterima dan dipercaya oleh masyarakat, dan mendapat penghargaan dari berbagai institusi di Indonesia.

Kegiatan tanggung jawab sosial *CSR Center* Tempo Scan tidak saja diselenggarakan untuk pihak eksternal, tetapi juga diselenggarakan untuk pihak internal. Program ini bernama “*Tempo Life Savers*” yang memberikan bantuan medis untuk pengobatan atau perawatan penyakit-penyakit serius seperti gagal ginjal, stroke, serangan jantung, kanker dan lainnya bagi karyawan/karyawati dan anggota keluarganya yang tidak memiliki jaminan asuransi kesehatan. Yang

diberikan bantuan adalah keluarga inti atau sedarah yaitu suami/istri, anak, orang tua, saudara kandung.

#### **16. Profil Perusahaan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk**

Bermula dari usaha keluarga yang dirintis sejak awal tahun 1960an oleh Bapak Achmad Prawirawidjaja (alm), PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (“Perseroan”) dari tahun ke tahun terus berkembang, dan saat ini telah menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka di bidang industri makanan & minuman di Indonesia.

Sebagai bentuk pertanggung-jawaban secara sosial kepada masyarakat Perseroan tetap menjalankan program bea siswa untuk para pelajar Sekolah Dasar, Sekolah Menengah, dan mahasiswa khususnya dari fakultas teknik dan peternakan sapi perah. Perseroan juga menjalankan program pelatihan kepada kelompok petani buah di beberapa kabupaten, program bantuan teknis dan keuangan kepada peternak sapi perah, dan program entrepreneur pelatihan untuk menjadi peternak sapi perah mandiri.

#### **17. Profil Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk**

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terkemuka di Indonesia. PT. Unilever Indonesia didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dan tercatat di bursa pada tanggal 11 Januari 1982.

Program CSR Unilever Indonesia berfokus pada interaksi antara model bisnis kami dan masalah yang kami hadapi di Indonesia, khususnya masalah kesehatan, pendidikan, kemiskinan, pengelolaan limbah, sumber yang lestari dan

perubahan iklim. Program CSR Unilever Indonesia diselaraskan dengan tiga pilar USLP: (1) Perbaikan Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat. (2) Pengurangan Dampak Lingkungan kami di Masyarakat, dan (3) Penghidupan yang Lebih Baik. Banyak diantara program-program ini yang dilaksanakan melalui Yayasan Unilever Indonesia, yang merupakan institusi kesejahteraan sosial Perseroan.

## **B. Perhitungan Variabel Dependen**

Variabel dependen yang digunakan yaitu reaksi investor yang tergambar pada harga saham perusahaan yang langsung diderivasi dari nilai yang terdapat pada situs pasar modal.

Tabel 4.1  
Hasil perhitungan harga saham

No.	Kode	Nama Perusahaan	2011	2012
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	Rp. 22.145,83	Rp. 21.012,50
2	ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	Rp. 301,67	Rp. 563,96
3	APLN	PT. Agung Podomoro Land Tbk	Rp. 338,75	Rp. 347,50
4	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi Tbk	Rp. 361,63	Rp. 298,75
5	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	Rp. 918,75	Rp. 1.263,33
6	ASII	PT. Astra International Tbk	Rp. 6.129,13	Rp. 7.205,00
7	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	Rp. 3.207,50	Rp. 3.539,58
8	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk	Rp. 63.108,33	Rp. 59.508,33
9	BIPI	PT. Benakat Petroleum Energy Tbk	Rp. 113,17	Rp. 201,38
10	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk	Rp. 10.333,33	Rp. 12.027,08
11	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	Rp. 288,75	Rp. 520,21

12	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	Rp. 656,25	Rp. 817,29
13	MBTO	PT. Martina Berto Tbk	Rp. 485,63	Rp. 397,29
14	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	Rp. 8.018,75	Rp. 8.822,92
15	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	Rp. 2.156,46	Rp. 2.826,04
16	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	Rp. 1.202,08	Rp. 1.191,67
17	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	Rp. 15.827,08	Rp. 22.860,42

### C. Perhitungan Variabel Independen

Sebagaimana telah dikemukakan dalam penjelasan sebelumnya, variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan sosial dan Lingkungan berbasis Indeks *Islamic Social Reporting* yang terbagi dalam lima bagian yaitu produk, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan tata kelola perusahaan.

Pengungkapan Produk disimbolkan X1. Hasil perhitungan variabel produk pada tabel 4.2

**Tabel 4.2**  
**Hasil Perhitungan Pengungkapan Produk**

No.	Kode	Nama Perusahaan	2011	2012
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	0.0625	0.0625
2	ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	0.0208	0.0417
3	APLN	PT. Agung Podomoro Land Tbk	0.0625	0.0625
4	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi Tbk	0.0208	0.0208
5	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	0.0625	0.0625
6	ASII	PT. Astra International Tbk	0.0833	0.0833
7	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	0.0833	0.0833
8	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk	0.0208	0.0208
9	BIPI	PT. Benakat Petroleum Energy Tbk	0.0208	0.0208



10	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk	0.0625	0.0625
11	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	0.1042	0.1042
12	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.0833	0.0833
13	MBTO	PT. Martina Berto Tbk	0.0625	0.0625
14	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.0417	0.0417
15	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.0417	0.0417
16	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	0.0625	0.0833
17	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	0.0833	0.1042

Variabel yang kedua adalah Pengungkapan tema karyawan yang disimbolkan X2. Hasil perhitungan variabel Karyawan pada tabel 4.3

**Tabel 4.3**

**Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema Karyawan**

No.	Kode	Nama Perusahaan	2011	2012
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	0.1250	0.1458
2	ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	0.0833	0.1250
3	APLN	PT. Agung Podomoro Land Tbk	0.1250	0.1250
4	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi Tbk	0.1042	0.0833
5	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	0.1458	0.1250
6	ASII	PT. Astra International Tbk	0.1458	0.1667
7	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	0.1458	0.1458
8	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk	0.0833	0.0833
9	BIPI	PT. Benakat Petroleum Energy Tbk	0.0833	0.1250
10	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk	0.1042	0.0833
11	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	0.1042	0.1042
12	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.1250	0.1250
13	MBTO	PT. Martina Berto Tbk	0.1250	0.1250
14	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.0833	0.0625

15	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.0625	0.0833
16	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	0.0625	0.0833
17	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	0.1458	0.1458

Variabel yang ketiga adalah pengungkapan tema masyarakat yang disimbolkan X3. Hasil perhitungan variabel masyarakat pada tabel 4.4

**Tabel 4.4**

**Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema Masyarakat**

No.	Kode	Nama Perusahaan	2011	2012
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	0.1875	0.1875
2	ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	0.1042	0.1042
3	APLN	PT. Agung Podomoro Land Tbk	0.1042	0.1042
4	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi Tbk	0.0417	0.1667
5	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	0.1042	0.1458
6	ASII	PT. Astra International Tbk	0.1667	0.1875
7	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	0.1458	0.1875
8	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk	0.0833	0.0833
9	BIPI	PT. Benakat Petroleum Energy Tbk	0.1250	0.1250
10	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk	0.1250	0.1250
11	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	0.1250	0.1250
12	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.1458	0.1458
13	MBTO	PT. Martina Berto Tbk	0.1458	0.1458
14	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.0625	0.0833
15	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.0625	0.0625
16	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	0.1250	0.1250
17	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	0.0833	0.1250

Variabel yang keempat adalah pengungkapan tema lingkungan yang disimbolkan X4. Hasil perhitungan variabel lingkungan pada tabel 4.5

**Tabel 4.5**

**Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema Lingkungan**

No.	Kode	Nama Perusahaan	2011	2012
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	0.1042	0.1042
2	ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	0.0000	0.0417
3	APLN	PT. Agung Podomoro Land Tbk	0.0833	0.1042
4	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi Tbk	0.0417	0.0417
5	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	0.0625	0.0625
6	ASII	PT. Astra International Tbk	0.0625	0.1042
7	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	0.0417	0.0625
8	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk	0.0208	0.0208
9	BIPI	PT. Benakat Petroleum Energy Tbk	0.0417	0.0625
10	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk	0.0417	0.0208
11	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	0.0417	0.0417
12	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.1042	0.1042
13	MBTO	PT. Martina Berto Tbk	0.0417	0.0625
14	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.0208	0.0625
15	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.0000	0.0000
16	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	0.0625	0.0625
17	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	0.0625	0.0833

Variabel yang kelima adalah pengungkapan tema tata kelola perusahaan (GCG) yang disimbolkan X5. Hasil perhitungan variabel masyarakat pada tabel 4.6

**Tabel 4.6**

**Hasil Perhitungan Pengungkapan Tema GCG**

No.	Kode	Nama Perusahaan	2011	2012
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk	0.1250	0.1250
2	ACES	PT. Ace Hardware Indonesia Tbk	0.1042	0.1042
3	APLN	PT. Agung Podomoro Land Tbk	0.1250	0.1250
4	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi Tbk	0.1042	0.1042
5	ASGR	PT. Astra Graphia Tbk	0.1250	0.1250
6	ASII	PT. Astra International Tbk	0.1250	0.1250
7	AUTO	PT. Astra Otoparts Tbk	0.1250	0.1250
8	BATA	PT. Sepatu Bata Tbk	0.0833	0.0833
9	BIPI	PT. Benakat Petroleum Energy Tbk	0.0833	0.1250
10	GDYR	PT. Goodyear Indonesia Tbk	0.0833	0.0833
11	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	0.1250	0.1250
12	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.1250	0.1250
13	MBTO	PT. Martina Berto Tbk	0.1250	0.1250
14	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.1250	0.1042
15	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.0833	0.0833
16	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	0.1250	0.1250
17	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	0.1250	0.1250

**D. Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis**

**1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif dari 17 observasi pada perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dari tahun 2011-2012 dapat dilihat di tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HARGASAHAM	34	113.17	63108.33	8205.7747	15041.51183
PRODUK	34	.0208	.1042	.059429	.0262232
KARYAWAN	34	.0625	.1667	.111509	.0289609
MASYARAKAT	34	.0417	.1875	.122547	.0386399
LINGKUNGAN	34	.0000	.1042	.055156	.0311559
GCG	34	.0833	.1250	.113356	.0171672
Valid N (listwise)	34				

Sumber: Hasil Olahan Data, 2013

Harga saham menunjukkan rata-rata sebesar 8.205,7747 yang berarti bahwa secara rata-rata diperoleh adanya Harga saham sebanyak Rp. 8.205,7747. Harga saham terendah adalah Rp. 113,17 dan harga saham tertinggi adalah Rp. 63.108,33. Harga saham memiliki nilai standar deviasi sebanyak 15.041,51183 dengan demikian batas penyimpangan harga saham adalah 15.041,51.

Produk menunjukkan rata-rata sebesar 0,059429% yang berarti bahwa secara rata-rata diperoleh adanya pengungkapan produk sebanyak 0,06% dari seluruh perusahaan. Pengungkapan produk terendah adalah 0,0208% dan pengungkapan produk tertinggi adalah 0,1042%. Pengungkapan produk memiliki nilai standar deviasi sebanyak 0,0262232% dengan demikian batas penyimpangan pengungkapan produk adalah 0,028%.

Karyawan menunjukkan rata-rata sebesar 0,111509% yang berarti bahwa secara rata-rata diperoleh adanya pengungkapan karyawan sebanyak 0,11% dari seluruh perusahaan. Pengungkapan karyawan terendah adalah 0,0625% dan pengungkapan karyawan tertinggi adalah 0,1667%. Pengungkapan karyawan memiliki nilai standar deviasi sebanyak 0,0289609% dengan demikian batas penyimpangan pengungkapan karyawan adalah 0,03%.

Masyarakat menunjukkan rata-rata sebesar 0,122547% yang berarti bahwa secara rata-rata diperoleh adanya pengungkapan masyarakat sebanyak 0,12% dari seluruh perusahaan. Pengungkapan masyarakat terendah adalah 0,0416% dan pengungkapan masyarakat tertinggi adalah 0,1875%. Pengungkapan masyarakat memiliki nilai standar deviasi sebanyak 0,0386399 dengan demikian batas penyimpangan pengungkapan masyarakat adalah 0,04%.

Lingkungan menunjukkan rata-rata sebesar 0,055156 yang berarti bahwa secara rata-rata diperoleh adanya pengungkapan lingkungan sebanyak 0,06% dari seluruh perusahaan. Pengungkapan lingkungan terendah adalah 0,0000% dan pengungkapan lingkungan tertinggi adalah 0,1042%. Pengungkapan lingkungan memiliki nilai standar deviasi sebanyak 0,0311559 dengan demikian batas penyimpangan pengungkapan lingkungan adalah 0,03%.

GCG menunjukkan rata-rata sebesar 0,113356 yang berarti bahwa secara rata-rata diperoleh adanya pengungkapan GCG sebanyak 0,11% dari seluruh perusahaan. Pengungkapan GCG terendah adalah 0,0833 dan pengungkapan GCG tertinggi adalah 0,1250. Pengungkapan GCG memiliki nilai standar deviasi

sebanyak 0,0171672% dengan demikian batas penyimpangan pengungkapan GCG adalah 0,02%.

## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

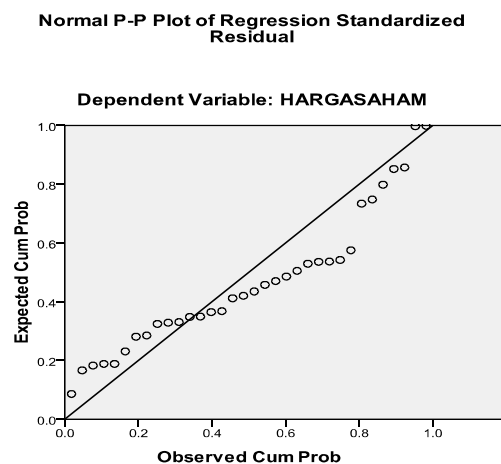
Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear terpenuhi, Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menguji normalitas data secara statistik, uji multikolinearitas, uji heteroskedasitas serta uji autokorelasi.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak, Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, Untuk menguji normal data ini menggunakan metode analisis grafik dan normal probability plot, Hasil scatter plot untuk uji normalitas adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.1**

**Grafik Normal P-P Plot**



Sumber: Olah Data SPSS, 2013

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik yaitu dengan menggunakan grafik normal plot menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal, sedangkan pada grafik terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya ada di sekitar garis diagonal, Untuk lebih memastikan apakah data residual terdistribusi secara normal atau tidak, maka dilakukan pengujian one sample kolmogorov-smirnov.

Suatu persamaan regresi dikatakan lolos normalitas apabila nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas pada pengujian terhadap 34 data menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan di tabel 4.8 dengan nilai signifikansi Z sebesar  $0,075 > 0,05$ .

**Tabel 4.8**

**Pengujian Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35352337E4
Most Extreme Differences	Absolute	.220
	Positive	.220
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.281
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah Data SPSS, 2013



**b. Uji Multikolinearitas**

Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF yang terdapat pada masing–masing variabel seperti terlihat pada tabel 4.9 berikut :

**Tabel 4.9**  
**Pengujian Multikolinearitas dengan VIF**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PRODUK	.569	1.759
	KARYAWAN	.479	2.087
	MASYARAKAT	.592	1.690
	LINGKUNGAN	.427	2.341
	GCG	.411	2.434

a. Dependent Variable: HARGASAHAM  
Sumber: Olah Data SPSS, 2013

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas, Jika terjadi korelasi, maka terdapat multikolinearitas, Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF, Jika nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah nilai 10 maka dinyatakan bebas multikolonieritas.

Hasil uji multikolinearitas memperlihatkan bahwa semua variabel penelitian nilai  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$ . Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki problem multikolinearitas.

**c. Uji Autokorelasi**

Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi kita harus melihat nilai uji Run-Test pada tabel 4.10 berikut:

**Tabel 4.10**  
**Pengujian Autokorelasi (Run Test)**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-2699.38332
Cases < Test Value	17
Cases >= Test Value	17
Total Cases	34
Number of Runs	19
Z	.174
Asymp. Sig. (2-tailed)	.862

a. Median

Sumber: Olah Data SPSS, 2013

Karena nilai *run test* menunjukkan signifikan 0,862 berada diatas 5 % atau 0.050, maka dengan demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut berada pada daerah tanpa autokorelasi.

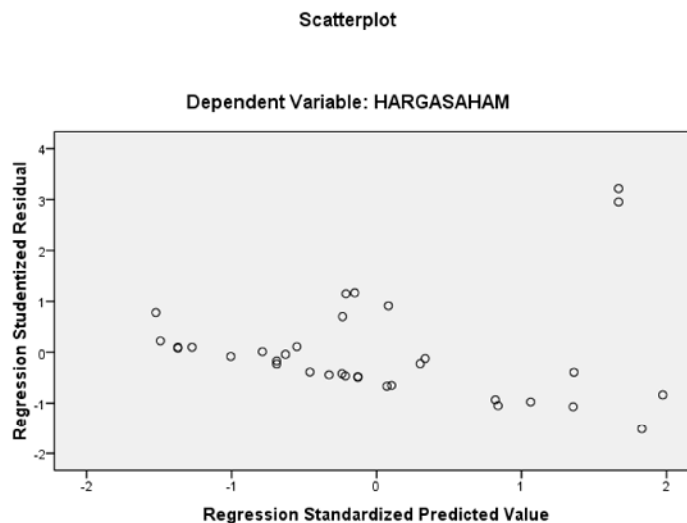
#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heterokedastisitas. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedasitas atau tidakterjadi Heteroskedisitas karena data *crossection* mengandung berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Di dalam pengujian heterokedastisitas pada penelitian ini didasarkan pada *Scatterplot*. Berdasarkan pengujian dengan SPSS diperoleh grafik *Scatterplot* sebagai berikut:

**Gambar 4.2**

#### Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Olah Data SPSS, 2013

Hasil uji heteroskedastisitas dari gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED menunjukkan pola penyebaran, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang akan digunakan.

### **3. Pengujian Hipotesis**

Adapun tahap pengujian hipotesis berikut ini adalah:

#### **a. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak, Atas dasar hasil analisis regresi dengan menggunakan sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut:

Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{HARGA SAHAM} = & 53793,325 - 23638,398\text{PRODUK} + \\ & 92421,282\text{KARYAWAN} - 24789,827\text{MASYARAKAT} + \\ & 99906,872\text{LINGKUNGAN} - 502497,555\text{GCG} - \\ & 46959,6226834 \end{aligned}$$

Diperoleh bahwa koefisien variabel KARYAWAN, LINGKUNGAN memiliki koefisien yang bertanda positif, sedangkan PRODUK, MASYARAKAT, GCG yang bertanda negatif. Penjelasan dari masing-masing nilai tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 53.793,352 artinya jika variabel bebas = 0 atau tetap, maka nilai dari harga saham perusahaan yang listing di BEI selama tahun 2011-2012 adalah 53.793,352.
- 2) Nilai koefisien PRODUK untuk variabel X1 sebesar -23.638,398. Artinya setiap penurunan PRODUK satu satuan maka variabel Harga saham akan turun sebesar 23.638,398 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- 3) Nilai koefisien KARYAWAN untuk variabel X2 sebesar 92.421,282. Artinya setiap kenaikan KARYAWAN satu satuan maka variabel Harga saham akan naik sebesar 92.421,282 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- 4) Nilai koefisien MASYARAKAT untuk variabel X3 sebesar -24.789,827. Artinya setiap penurunan MASYARAKAT satu satuan maka variabel Harga saham akan turun sebesar 24.789,827 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- 5) Nilai koefisien LINGKUNGAN untuk variabel X4 sebesar 99.906,872. Artinya setiap kenaikan LINGKUNGAN satu satuan maka variabel Harga saham akan naik sebesar 99.906,872 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- 6) Nilai koefisien GCG untuk variabel X5 sebesar -502.497,555. Artinya setiap penurunan GCG satu satuan maka variabel Harga saham akan turun sebesar 502.497,555 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

7) Nilai  $e$  sebesar -46959,6226834 diperoleh dengan rumus koefisien determinasi.

b. Uji Signifikansi Simultan ( Uji F )

Pengujian uji F digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Dari hasil pengujian simultan diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,00000142	5	0,00002481	1.316	.286 <sup>a</sup>
	Residual	0,000006046	28	0,00002159		
	Total	0,000007466	33			

a. Predictors: (Constant), GCG, MASYARAKAT, PRODUK, KARYAWAN, LINGKUNGAN

b. Dependent Variable: HARGASAHAM

Sumber: Olah Data SPSS, 2013

Hasil pengolahan data terlihat bahwa nilai  $F = 1,316$  dengan probabilitas sebesar  $0,286 > 0,05$ . Nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa harga saham tidak dapat dijelaskan oleh ke-5 prediktor.

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam model regresi berpengaruh secara individu terhadap variabel terikat, Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak.

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	53793.325	20858.397		2.579
	PRODUK	-23638.398	129359.031	-.041	-.183
	KARYAWAN	92421.282	127584.775	.178	.724
	MASYARAKAT	-24789.827	86059.484	-.064	-.288
	LINGKUNGAN	99906.872	125629.612	.207	.795
	GCG	-502497.555	232478.900	-.574	-2.161

a. Dependent Variable: HARGASAHAM

Sumber: Olah Data SPSS, 2013

**1. Uji Hipotesis 1**

Pengujian kemaknaan pengaruh pengungkapan sosial dan lingkungan yang didasarkan pada nilai F diperoleh nilai sebesar 1,281 dengan probabilitas sebesar  $0,286 > 0,05$ . Nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa harga saham tidak dapat dijelaskan oleh ke-5 prediktor. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 1 ditolak**.

**2. Uji Hipotesis 2**

Pengujian kemaknaan pengaruh pengungkapan produk yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar -0,183 dengan signifikansi sebesar 0,856. Nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel pengungkapan produk terhadap Harga saham. Dengan

demikian berarti bahwa **Hipotesis 2 ditolak**. Arah pengaruh negatif berarti bahwa perusahaan yang memiliki angka PRODUK lebih besar tidak akan memiliki harga saham yang rendah.

### 3. Uji Hipotesis 3

Pengujian kemaknaan pengaruh pengungkapan karyawan yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar 0,724 dengan signifikansi sebesar 0,475. Nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel pengungkapan karyawan terhadap Harga saham. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 3 ditolak**. Arah pengaruh positif berarti bahwa perusahaan yang memiliki angka KARYAWAN lebih besar tidak akan memiliki harga saham yang tinggi.

### 4. Uji Hipotesis 4

Pengujian kemaknaan pengaruh pengungkapan masyarakat yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar -0,288 dengan signifikansi sebesar 0,775. Nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Masyarakat terhadap Harga saham. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 4 ditolak**. Arah pengaruh negatif berarti bahwa perusahaan yang memiliki pengungkapan MASYARAKAT yang lebih besar tidak akan menjadikan harga saham yang semakin rendah.

### 5. Uji Hipotesis 5

Pengujian kemaknaan pengaruh pengungkapan lingkungan yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar 0,795 dengan signifikansi sebesar 0,433. Nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 menunjukkan tidak adanya



pengaruh yang signifikan dari variabel pengungkapan lingkungan terhadap Harga saham. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 5 ditolak**. Arah pengaruh positif berarti bahwa perusahaan yang memiliki angka LINGKUNGAN lebih besar tidak akan memiliki harga saham yang tinggi.

#### **6. Uji Hipotesis 6**

Pengujian kemaknaan pengaruh pengungkapan GCG yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar -2,161 dengan signifikansi sebesar 0,039. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel GCG terhadap Harga saham. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 6 diterima**. Arah pengaruh negatif berarti bahwa perusahaan yang memiliki pengungkapan GCG yang lebih besar tidak akan menjadikan Harga saham yang semakin rendah.

#### **d. Koefisien Determinasi**

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai R Square, Nilai R Square dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen).

**Tabel 4.13**  
**Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 <sup>a</sup>	.190	.046	14694.12448

a. Predictors: (Constant), GCG, MASYARAKAT, PRODUK, KARYAWAN, LINGKUNGAN

b. Dependent Variable: HARGASAHAM

Sumber: Olah Data SPSS, 2013

Dari tabel 4.13 diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,190. Hal ini berarti bahwa 19,0% harga saham dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu GCG, masyarakat, karyawan, produk, lingkungan, sisanya sebesar 81,0% (100% - 19,0%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

## **E. Pembahasan hasil Penelitian**

### **1. Pengungkapan Produk**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan produk secara statistik yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar -0,183 dengan signifikansi sebesar 0,856 tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena nilai signifikasi yang berada di atas 0,05 atau  $0,856 > 0,05$  menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan Produk merupakan elemen ISR indeks yang tidak berpengaruh terhadap harga saham. Apabila tanda negatif tersebut diinterpretasikan maka dapat memberikan indikasi bahwa perusahaan yang memiliki angka pengungkapan

produk yang lebih besar tidak akan menjadikan harga saham yang semakin rendah.

## **2. Pengungkapan Karyawan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan karyawan secara statistik yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar 0,724 dengan signifikansi sebesar 0,475 tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 atau  $0,475 > 0,05$  menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan karyawan merupakan elemen ISR indeks yang tidak berpengaruh terhadap harga saham. Apabila tanda positif tersebut diinterpretasikan maka dapat memberikan indikasi bahwa perusahaan yang memiliki angka pengungkapan karyawan yang lebih besar tidak akan menjadikan harga saham yang semakin tinggi

## **3. Pengungkapan Masyarakat**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan masyarakat secara statistik yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar -0,288 dengan signifikansi sebesar 0,775 tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 atau  $0,775 > 0,05$  menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan masyarakat merupakan elemen ISR indeks yang tidak berpengaruh terhadap harga saham. Apabila tanda negatif tersebut diinterpretasikan maka dapat memberikan indikasi bahwa perusahaan yang memiliki angka pengungkapan

masyarakat yang lebih besar tidak akan menjadikan harga saham yang semakin rendah.

#### **4. Pengungkapan Lingkungan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan secara statistik yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar 0,795 dengan signifikansi sebesar 0,433 tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 atau  $0,433 > 0,05$  menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan lingkungan merupakan elemen ISR indeks yang tidak berpengaruh terhadap harga saham. Apabila tanda positif tersebut diinterpretasikan maka dapat memberikan indikasi bahwa perusahaan yang memiliki angka pengungkapan lingkungan yang lebih besar tidak akan menjadikan harga saham yang semakin tinggi

#### **5. Pengungkapan GCG**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan GCG secara statistik yang didasarkan pada nilai t diperoleh nilai sebesar -2,161 dengan signifikansi sebesar 0,039 berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Karena nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 atau  $0,039 < 0,05$  menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan GCG merupakan elemen ISR indeks yang berpengaruh terhadap harga saham. Apabila tanda negatif tersebut diinterpretasikan maka dapat memberikan indikasi bahwa perusahaan yang memiliki angka pengungkapan GCG yang lebih besar tidak akan menjadikan harga saham yang semakin rendah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat satu tema pengungkapan yang berpengaruh terhadap harga saham yaitu pengungkapan tema tata kelola perusahaan (GCG). Empat tema pengungkapan yang tidak berpengaruh terhadap harga saham adalah Produk, karyawan, lingkungan, dan masyarakat.

Hasil uji hipotesis F (simultan) menunjukkan bahwa kelima variabel independen yaitu Produk, karyawan, lingkungan, masyarakat, GCG secara simultan tidak berpengaruh terhadap harga saham perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai probabilitas signifikansi yang menunjukkan 0,286 berada di atas nilai  $\alpha = 0,05$  yang berarti Hipotesis 1 ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian, nilai koefisien determinasi R antara variabel independen dengan variabel dependen diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,190. Hal ini berarti bahwa 19,0% harga saham dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu GCG, masyarakat, karyawan, produk, lingkungan, sisanya sebesar 81,0% (100% - 19,0%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Hasil uji t (t-test), menunjukkan nilai 0,856 untuk variabel Produk yang berarti bahwa hipotesis  $H_2$  ditolak. Artinya Produk tidak mempengaruhi harga saham pada perusahaan yang *listing* di BEI. Hasil pengujian variabel Karyawan menunjukkan nilai 0,475. Artinya Karyawan tidak mempengaruhi harga saham

pada perusahaan yang *listing* di BEI. Dengan demikian  $H_3$  ditolak. Hasil pengujian variabel Masyarakat menunjukkan nilai 0,775. Artinya Masyarakat tidak mempengaruhi harga saham pada perusahaan yang *listing* di BEI. Dengan demikian  $H_4$  ditolak. Hasil pengujian variabel Lingkungan menunjukkan nilai 0,433. Artinya Lingkungan tidak mempengaruhi harga saham pada perusahaan yang *listing* di BEI. Dengan demikian  $H_5$  ditolak. Hasil pengujian variabel GCG menunjukkan nilai 0,039. Artinya GCG mempengaruhi harga saham pada perusahaan yang *listing* di BEI. Dengan demikian  $H_6$  diterima.

## **B. Keterbatasan dan Saran**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan saran yang diberikan peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan pertama yaitu penelitian ini hanya menggunakan sedikit sampel, yaitu 17 Perusahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan lebih banyak sampel penelitian.
2. Faktor kedua yaitu faktor yang diteliti tidak memasukkan perusahaan yang bergerak di bidang pendanaan dan investasi. Pengembangan penelitian selanjutnya sebaiknya memasukkan perusahaan yang bergerak di bidang pendanaan dan investasi ke dalam sampel penelitian.
3. Bagi peneliti berikutnya diharapkan menambah jumlah variabel independen yang diprediksi akan berpengaruh terhadap Harga saham yaitu Pengungkapan tema Pendanaan dan Investasi karena kelima variabel independen dalam penelitian ini hanya menjelaskan 19,0%

variabel dependen dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Samsinar. Siti Haerani dan Gagaring Pagalu. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham". [www.askep.net](http://www.askep.net) (8 Mei 2012)
- Algifari, *Analisis Regresi, Teori, Kasus Dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE, 2009.
- Becchetti , Leonardo dan Rocco Ciciretti. 2008, *Corporate Social Responsibility and stock market performance*. CSR paper 34
- Brammer, Stephen et al. 2005. *Corporate Social Responsibility And Stock Returns : Uk Evidence From Disaggregate Measures*, city university.
- Cellier, Alexis dan Pierre Chollet. "The Impact Of Corporate Social Responsibility On Stock Prices: An Event Study Of Vigeo Rating Announcement", *Universite Paris-Est*. (2010): h. 1-16
- Chairi, Anis. "Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan." *Jurnal Maksi* Vol. 8, No. 2 (Agustus 2008): h. 151-169
- Cheng, Megawati dan Yulius Yogi Christiawan. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol. 13, No. 1, (Mei 2011) : h. 24-36
- Daniri, Mas Achmad. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan." (28 Januari 2008)
- Dewi, I Gusti Ayu Agung Omika dan Gugus Irianto. 2011. Dialektika dan Refleksi Kritis Realitas "Sustainability" Dalam Praktik Sustainability Reporting: Sebuah Narasi Habermas. *SNA XIV*.
- Falichin, Muh. Zulfa Minachul. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Reaksi Investor denan Environmental Performance Rating dan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi." Skripsi Program Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.
- Fitriana, Erlyn Nur. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Laporan Tahunan terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi." Skripsi Program Sarjana, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.



- Gray, Rob. dkk. *Emerald Article: Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure*. Accounting, Auditing and Accountability Journal.h.47-77
- Haniffa, R. *Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective*. Indonesian Management & Accounting Research 1 (2), pp.128-146. 2002.
- Hartanti, Dwi, Elvia Rosantina, Chaerul D. Djakman, Dwi Sulistyorini, Dahlia Sari. "Perceptions on Corporate Social and Environmental Reporting : a Study in Capturing Public Confidence." 2006
- Hidayati, Naila Nur dan Sri Murni. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile." *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* Volume 11, No. 1, (April 2009): h. 1-18
- Othman, R., Md. Thani, A., K. Ghani, E.. *Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia*. Research Journal of International Studies – Issue 12 (October, 2009).
- Murniningsih, Rochiyati. "Reaksi Investor dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* Volume 5 (Edisi 1 April 2007).
- Nurdin, Emilia dan M. Fani Cahyandito. "Pengungkapan Tema-tema Sosial dan Lingkungan dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor." 2006
- Nuswantara, Dian Anita. "Akuntansi Lingkungan : Antara Mandatory dan Voluntary". Edisi: Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2008.
- Suartana, I Wayan. "Akuntansi Lingkungan dan Triple Bottom Line Accounting : Paradigma Baru Akuntansi Bernilai Tambah." *Jurnal Bumi Lestari* Vol. 10, No. 1, (Februari 2010): h. 105-112
- Sokarina, ayudia. 2011. Menggagas Dimensi Kinerja Perusahaan Berdasarkan Perspektif *Political Economy Of Accounting* (PEA).SNA 14. Hal. 1-32
- Suwardjono, 2010. *Teori Akuntansi Profesi Pelaporan Keuangan*. BPFE : yogyakarta
- Triuwono, Iwan. 2006. *Akuntansi Syariah Perspektif Metodologi dan Teori*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Uddin, S dan Hopper, T. 2003. Accounting For Privatisation In Bangladesh: Testing World Bank Claims, *Critical Perspectives on Accounting*. Vol 14. h. 739-774.

Yulita, Lidia. "The Effect Characteristic of Company Toward Corporate Social Responsibility Disclosures In Mining Company Listed at Indonesian Stock Echange". 2010

